



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Naapuruuden asiantuntijaksi

Kalliolan settlementin brändi-identiteetin kehittäminen

Heidi Saarinen

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma (210 op)

Arvioitavaksi jättämisaika 05 / 2018

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Heidi Saarinen		Sivumäärä 36 ja 8 liitesivua
Työn nimi Naapuruuden asiantuntijaksi: Kalliolan settlementin brändi-identiteetin kehittäminen.		
Ohjaava(t) opettaja(t) Katja Munter		
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Kalliolan Settlementti ry, Pihla Ruuskanen		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli vastata tilaajajärjestön brändi-identiteetin kehittämistarpeeseen. Opinnäytetyössä selvitettiin tilaajan identiteetin nykytilaa sekä henkilöstön mielikuvia ja mielipiteitä liittyen järjestön visioon identiteetin kehittämissuunnasta.</p> <p>Työn tilaajana toimi Kalliolan settlementti ry, jolla on lähes satavuotinen historia takanaan. Kalliolan settlementti on lyhyessä ajassa käynyt läpi suuria muutosprosesseja, ja brändin kehittäminen oli yksi heidän havaitsemistaan muutostarpeista. Tavoitteena heillä on profiloitua naapuruuden asiantuntijaorganisaatioksi, ja tämä opinnäytetyö toimi alkukartoituksena ja ensimmäisenä askeleena kohti tätä tavoitetta.</p> <p>Opinnäytetyön tuotoksena toteutettiin sisäinen selvitys Kalliolan settlementin henkilöstölle. Selvityksessä olennaista oli kartoittaa henkilöstön mielikuvia naapuruudesta ja settlementtihengen nykytilasta sekä löytää keinoja näiden molempien edistämiseksi. Selvityksen teossa käytettiin menetelminä verkkokyselyä sekä teemahaastatteluja. Selvityksen tulosten pohjalta laadittiin kehitysehdotuksia Kalliolan identiteetin kehittämisprosessin tueksi. Kehitysehdotuksissa huomioitiin erityisesti tilaajan jo suunnitteilla olevat sekä meneillään olevat kehittämisprojektit, ja tavoitteena oli löytää keinoja, joilla kehittämistyöhön voisi osallistaa koko henkilöstön.</p> <p>Tämän työn on tarkoitus toimia myös esimerkkinä järjestöille ja yhteisöille, joille identiteetin kirkastaminen ja brändin kehittäminen on ajankohtaista. Opinnäytetyössä käytettyjä menetelmiä ja kehitysehdotuksia voi soveltaa oman organisaation tarpeiden ja toimintojen mukaan, tai niitä voi kehittää edelleen.</p>		
Asiasanat naapuruus, brändäys, identiteetti, settlementtiliike		

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Heidi Saarinen	Number of Pages 36 + 8 annex pages
Title How to Become an Expert in Neighbourhood Relations: Developing Kalliola Settlement's Brand Identity	
Supervisor(s) Katja Munter	
Subscriber and/or Mentor Kalliola Settlement, Pihla Ruuskanen	
<p>Abstract</p> <p>This thesis was requested by Kalliola Settlement to answer to their need to develop their brand identity and make their organisation better known among people. The purpose of the thesis was to research the status of their brand identity and by what means it could be further developed.</p> <p>Kalliola Settlement, the subscriber of the thesis, has been working in this field for almost 100 years. They have been going through some large changes in a short period of time and during those changes they also concluded that they must renew their brand. Their objective is to identify and brand themselves as an organisation which specializes in neighbourhood relations. This study was to assess whether the employees of Kalliola share this vision and how do they understand the terms "neighbourhood" and "settlement spirit" which are tightly connected to this work.</p> <p>The data for this study were collected by conducting an internet survey among the employees of Kalliola supported by few theme interviews. The data were analysed using qualitative content analysis and the results were used to determine the status and important elements of Kalliola's identity, the employees' definition for neighbourhood and the settlement spirit and means to use the results of the study to develop Kalliola's brand identity. Those means were connected to the development projects that Kalliola already had under way and the aim was to find methods that would involve the whole Kalliola organisation in the process.</p> <p>The purpose of the thesis was to also serve as an example for organisations that are in need or thinking about renewing their brand or clarifying their identity and wondering how to get started with the process. The methods that were used or suggested in this thesis can be adapted to the organisation's needs or further developed.</p>	
Keywords neighbourhood, branding, identity, settlement movement	

SISÄLLYS

JOHDANTO	5
2 KALLIOLAN SETTLEMENTTI	7
3. OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET JA KESKEISET KÄSITTEET	10
3.1 Brändi-identiteetti	11
3.2 Osallistaminen	11
3.3 Yhteisöllisyys	12
3.4 Sosiaalinen pääoma	12
3.5 Naapuruuden määritelmiä	13
4 SISÄINEN SELVITYS JA KÄYTETYT MENETELMÄT	17
4.1 Menetelmien valinta	18
4.2 Kyselytutkimus	18
4.3 Teemahaastattelut	21
5 AINEISTON KUVAUS JA ANALYSOINTI	24
5.1 Aineiston analysointi	25
5.2 Identiteetin nykytila	26
5.3 Naapuruuden määrittely	29
5.4 Naapuruus settlementtityössä	32
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	33
6.1 Tulosten jalkauttaminen	34
6.2 Kehittämistehtävän arviointi	38
LÄHTEET	41
LIITTEET	45
Liite 1. Kyselyn saateviesti	46
Liite 2. Verkkokyselylomake	47
Liite 3. Haastattelurunko	52

JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee naapuruutta, sen erilaisia merkityksiä ja hyötyjä sekä naapuruuden edistämistä erilaisin keinoin. Pyrin löytämään lähdeaineistosta vastauksia naapuruuden kokemuksen syntyyn ja naapuruuden vaikutuksiin yksilön ja yhteiskunnan näkökulmasta. Käsittelen tässä työssä naapuruutta myös sivuten aiheita, kuten sosiaalinen pääoma, luottamus sekä turvallisuus. Viittaan työssäni myös yhteisöllisyyteen useaan otteeseen, sillä yhteisöllisyys ja naapuruus yhdistetään perinteisesti toisiinsa ja toteutuessaan niillä koetaan olevan hyvin samankaltaisia vaikutuksia kokijalleen (Haverinen & Kouvo 2011, 10).

Naapuruutta on ollut olemassa niin kauan, kuin on ollut asutusta. Jokainen meistä on jonkun naapuri. Silti naapuruus-käsite ymmärretään monin eri tavoin ja sille annetaan sekä positiivisia että negatiivisia merkityksiä (The Young Foundation 2010, 3). Työn tilaajan, Kalliolan settlementin, tulevaisuuden tavoitteena on tuoda naapuruuden positiiviset vaikutukset esiin ja profiloitua naapuruuden asiantuntijajärjestöksi. Heidän toimintasuunnitelmassaan naapuruudelle onkin annettu jo yksi määritelmä: *"Naapuruus on mielentila"* (Kalliolan settlementti 2017b).

Uudelleenprofiloituakseen ja kehittääkseen brändi-identiteettiään haluttuun suuntaan, tulee muutoksen lähteä järjestön sisältä, ja jokaisen työntekijän olla aktiivinen osa järjestön identiteetin kehittämistä (Harju & Ruuskanen-Himma 2016, 191). Tässä tapauksessa naapuruuden määrittely organisaation sisällä on ensimmäisiä askelia käsitteen lanseeraamiseksi järjestön toimintaa kokoavaksi teemaksi. Siitä syystä valitsin tämän työn näkökulmaksi henkilöstöön kohdistuvan kehittämistyön eli organisaation sisäisen selvityksen.

Opinnäytetyöni tavoite on selvittää, että mikä on Kalliolan identiteetin nykytila sekä kohtaavatko Kalliolan henkilöstön mielikuvat naapuruudesta tämän jo olemassa olevan määritelmän kanssa, ja jos eivät, niin millä tavoin määritelmä olisi mahdollista uudelleen sanoittaa koko organisaation ajatukset huomioiden. Tämän selvityksen, naapuruuden käsitteen tutkimisen ja sen merkityksien tarkastelun lisäksi etsin keinoja, miten naapuruuden edistäminen ja naapuruus terminä saataisiin valjastettua Kal-

liolan kaikkia toimintoja kokoavaksi teemaksi ja osaksi heidän brändi-identiteettiään. Tämä työ on yksi osa tilaajaorganisaation uudelleenprofiloitumisen prosessia, ja samanaikaisesti tilaajalla on käynnissä muitakin samaan tavoitteeseen tähtääviä muutoksia ja kehittämisprojekteja, jotka tukevat kaikki toisiaan.

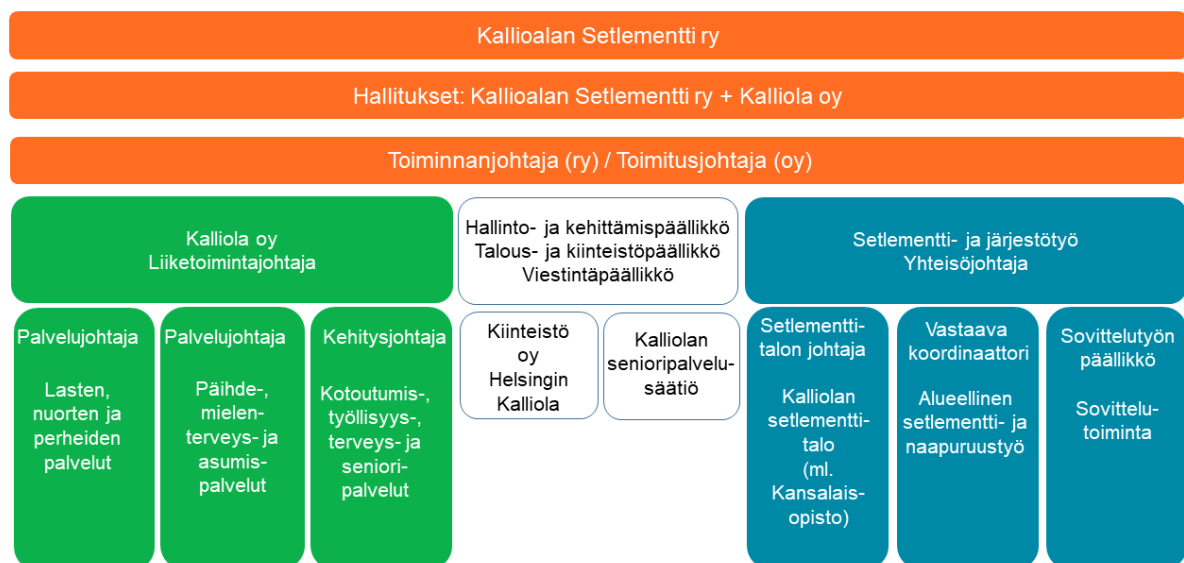
Valitsin tämän opinnäytetyön aiheen siitä syystä, että mielestäni hyvän naapuruuden edistäminen on juuri tällä hetkellä yhteiskunnallisesti ajankohtainen aihe ja kasvava trendi, ja yhteisöpedagogin työkenttää ajatellen naapuruus on hyvin konkreettisesti läsnä sekä yksilöiden että yhteisöjen arjessa. Kuten aiemmin totesinkin, jokainen meistä on jonkun naapuri. Lisäksi jatkuvasti kasvava kilpailu muun muassa julkisesta rahoituksesta ja ”omasta paikasta” palvelutuottajien kasvavassa joukossa aiheuttaa sen, että myös järjestöillä on kasvava tarve erottautua massasta ja kasvattaa tunnettuuttaan. Mielestäni onkin hyvin mielenkiintoista päästä kehittämään järjestön brändi-identiteettiä tilanteessa, jossa järjestöllä on jo takanaan pitkä ja arvokas historia sekä hyvin laaja palveluiden ja toimintojen tarjonta, mutta tunnettuus jokseenkin heikolla tasolla. Uskon, että tämä opinnäytetyö voi toimia hyödyllisenä esimerkkinä myös niille organisaatioille, jotka vielä pohtivat omaa identiteettiään ja profiloitumistaan.

Tulen tässä työssä kertomaan ensin tilaajan ja tämän toimeksiannon taustoista, ja avaan työn tavoitteita sekä työn kannalta keskeisiä käsitteitä. Tämän jälkeen kerron valitsemistani tutkimusmenetelmistä ja kuvaan selvitysprosessia Kalliolan identiteetin nykytilasta sekä henkilöstön sisäisistä käsityksistä naapuruudesta ja sen merkityksestä. Johtopäätös-osiossa kerron millä tavoin selvityksen tuloksia on mahdollista hyödyntää Kalliolan brändi-identiteetin kehittämisessä, ja lopuksi pohdin työn onnistuneisuutta sekä miten tätä työtä olisi mahdollista soveltaa ja jatkokehittää Kalliolassa sekä mahdollisesti muissa organisaatioissa.

2 KALLIOLAN SETTLEMENTTI

Työn tilaajana toimii Kalliolan Setlementti ry (entinen Kalliolan Kannatusyhdistys ry). Kalliolan setlementti on kolmannen sektorin toimija, jonka toiminta perustuu setlementtiarvoihin (Kalliolan setlementti 2018). Kalliolan setlementin toiminta on erotettavissa kahdeksi hallinnolliseksi kokonaisuudeksi (kuva 1). Kalliolan setlementti ry:n järjestö- ja setlementtityön puolen toimintaa ovat muun muassa Setlementtitalon, Kalliolan kansalaisopiston sekä paikallisten asukastalojen toiminnan ylläpito, sovittelu-toiminta sekä alueellinen naapuruus- ja setlementtityö. Kalliola Oy:n alle taas jakautuvat kolme eri palvelutuotannon yksikköä. Kalliolan setlementin toimintaa pyörittävät n. 230 vakituista työntekijää, 300 tuntityöntekijää ja suuri joukko aktiivisia vapaaehtoistoimijoita (Kalliolan setlementti 2018.)

Kalliolan Setlementti 1.1.2018 alkaen



Kuva 1. Kalliolan organisaatiokaavio. (Kalliolan settlementti 2018.)

Kalliolan setlementin uusi strategiakausi on alkanut suurilla muutoksilla: Kalliolan setlementitalon toimintaa on laitettu uusiksi sen avauduttua remontin jäljiltä syksyllä 2016, jolloin myös järjestön pitkäaikainen toiminnanjohtaja jättäytyi eläkkeelle ja hänen tilallaan aloitti kasvatustieteiden maisteri ja yhteisöpedagogi Heidi Nygren (Kalliolan setlementti 2016). Lisäksi Kalliolan hallinto- ja organisaatorakennetta on vast-

ikään uudistettu. Vuosille 2017-2021 luotu strategia (kuva 2) pitää sisällään muun muassa vision *“Rakennamme kestävää maailmaa, jossa naapuruus vahvistaa yhteistä ymmärrystä ja ihmisten keskinäistä kumppanuutta. Kalliolan settlementti on yhteisöllinen ja reilu, tervetuloa!”*. Voidaan todeta, että myös naapuruus halutaan nostaa ja on nostettukin hyvin keskeiseen rooliin Kalliolan tulevaisuuden kehityssuunnitelmissa.



Kuva 2. Tulevaisuuden Kalliola 2021. (Kalliolan settlementti 2017c.)

Naapuruus on ollut keskeisessä roolissa myös settlementtiliikkeen historiassa, ja settlementtityö pohjaakin pitkälti ajatukseen toistemme yhdenvertaisina naapureina elämisestä ja naapuruuden edistämisestä kaikissa elämänvaiheissa. Suomeen tuodun settlementtityön mallin taustalla ovatkin olleet Englannissa vuodesta 1884 alkaen työväestön asuinalueille perustetut settlementit, joissa yliopisto-opiskelijat ryhtyivät asumaan työväestön ja köyhemmän kansanosan parissa auttaakseen heitä ja kaven- taakseen kuilua välillään. (Peltola 2009, 19-20; Suomen Settlementtiliitto 2018.)

Erityisesti Browningin settlementti, jossa työntekijöillä ei kaikilla ollut yliopistokoulutusta, on toiminut suomalaisen settlementityön esikuvana. Browningin settlementin toimintaperiaatteiden taustalla toimi ajatus ”*naapuruushengen verkosta*” (Network of neighbourliness), jonka mukaan naapuruussuhteita solmimalla ja tukemalla on mahdollista kohentaa yksilöiden, perheiden ja paikallisten alueiden elämää. Tästä ajatuksesta ja Browningin settlementin konkreettisista työmuodoista vaikuttuneena Kalliolan perustaja pastori Sigfrid Sirenus toi settlementityön mukanaan Suomeen, ja vuonna 1919 Kalliolan settlementti sai alkunsa. (Peltola 2009, 11, 19-20.)

Kalliolan settlementti on siis toiminut samalla alueella pian jo sata vuotta. Tämän sadan toimintavuoden aikana Kalliolan toiminta on monipuolistunut ja erityisesti palvelutuotanto lisääntynyt, mikä on tarkoittanut sitä, että myös työntekijöiden määrä on kasvanut. Käymieni keskusteluiden perusteella organisaation kasvaessa myös settlementti-sanana merkitys on saattanut häilyä niin asiakkaiden kuin työntekijöidenkin keskuudessa, ja Kalliolan taustoja tai historiaa ei välttämättä tunneta yhtä hyvin kaikilla toiminnan aloilla. Settlementityön onkin vitsikkäästi todettu olevan ”*valtakunnan tarkimmin vartioitu salaisuus*” (Mulari 2015, 5).

Vaikka settlementityöllä on suuri yhteiskunnallinen merkitys, ongelmana on juuri se, ettei settlementti-sana tai settlementityö avaudu kovin helposti ihmiselle, joka ei tunne liikkeen taustoja ja historiaa. Järjestölle ei ole kovin edullista olla sellaisen alan tai työn asiantuntija, jonka merkitystä ei tiedetä. Ratkaisu tähän ei ole keksiä settlementtiä uudelleen, vaan jatkaa arvokkaan työn tekemistä yhteisten arvojen mukaisesti ja miettiä yhdessä, miten Kalliolan brändiä voisi kohentaa ja tehdä työstä tunnetumpaa. Onkin luonnollista, että tässä vaiheessa, kun järjestö täyttää sata vuotta ja meneillään on uusi strategia ja hallinto- sekä organisaatorakenteen uudistus, pysähdytään myös pohtimaan toiminnan taustoja ja lähtökohtia, ja ikään kuin palataan takaisin juurille.

Jotta Kalliolan settlementti voisi lisätä tunnettavuuttaan ja profiloitua oman alansa asiantuntijaorganisaatioksi sekä tunnetuksi vaikuttajaksi, on heidän kehitettävä brändiään, sillä se on järjestön tärkein ominaisuus (Harju & Ruuskanen-Himma 2016, 180). Brändiään kehittääkseen heidän on ensin selkiytettävä brändi-identiteettiään. Kehittääkseen identiteettiään haluamaansa suuntaan, on heidän löydettävä ja otettava

käyttöön ihmisille tutumpi termistö; historiansa huomioon ottaen naapuruus ja naapuruustyö ovat termeinä luonnollisia ja perusteltuja valintoja. Seuraava askel on selvittää, mitä naapuruus juuri Kalliolassa tarkoittaa, jonka jälkeen uusi termistö pitää pyrkiä juurruttamaan keskeiseksi osaksi Kalliolan settlementin brändi-identiteettiä. Tämä kehittämistarpeen määrittely toimii taustana myös tälle opinnäytetyölle.

3. OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET JA KESKEISET KÄSITTEET

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on löytää vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mikä on Kalliolan settlementin identiteetin nykytila?
- Mitä naapuruus Kalliolan settlementin henkilöstön mielestä tarkoittaa?
- Miten naapuruus näkyy tai voisi näkyä Kalliolan työntekijöiden arjessa?
- Miten naapuruus on mahdollista saada näkyväksi osaksi Kalliolan identiteettiä?

Näistä kysymyksistä kolmeen ensimmäiseen pyrin löytämään vastaukset Kalliolan henkilöstölle kohdennetun sisäisen selvityksen kautta. Viimeiseen kysymykseen etsin vastausta hyödyntämällä selvityksen tuloksia ja tekemällä niiden pohjalta jalkauttamissuunnitelman, joka on kytkettävissä osaksi Kalliolan muihin identiteetin kirkastamiseen ja tunnettuuden lisäämiseen tähtääviin projekteihin.

Esittelen seuraavissa kappaleissa eräitä tämän työn kannalta keskeisiä käsitteitä, joista brändi-identiteettiä ja sen kehittämistä sekä naapuruuden määritelmiä ja naapuruuden yhteiskunnallista merkitystä hieman laajemmin. Naapuruuden määritelmien ja merkityksien tarkastelu tukee Kalliolan sisäisen selvityksen tulosten ymmärtämistä ja analysointia, ja brändi-identiteetin sekä sen kehittämiseen liittyvien erityispiirteiden ymmärtäminen ja huomiointi on tärkeää selvityksen tulosten jalkauttamisen kannalta. Loput käsitteet, yhteisöllisyys ja sosiaalinen pääoma, on olennaista avata siitä syys-

tä, että ymmärrämme mikä yhteys niillä on naapuruuteen, mutta myös näemme eron näiden eri termien välillä.

3.1 Brändi-identiteetti

Brändi-identiteetillä tarkoitetaan organisaation omaa, sisäistä kuvaa itsestään ja toiminnastaan (Pohjola 2003, 108). Identiteetti on mahdollista jakaa sisäiseen ja ulkoiseen identiteettiin, jotka tukevat toisiaan. Sisäinen identiteetti pitää sisällään muun muassa organisaation arvot, vision sekä organisaatiokulttuurin, ”yhteisen tahtotilan välineet”. Ulkoinen identiteetti taas käsittää viestinnällisen ja visuaalisen identiteetin, kuten tarinat, värit, logon, kieliasun ja muut ulospäin heijastuvat aistikokemukset. (Harju & Ruuskanen-Himma 2016, 181-182.)

Organisaation identiteetin tulisi siis kattaa kaikki toiminta; näkyä ja kuulua konkreettisesti kaikessa mitä tehdään. Siitä syystä identiteetiksi ei voida kutsua vain organisaation tunnuslauseita tai arvoja, vaan se muodostuu henkilöstön mielikuvista ja ilmentyy koko organisaatiossa sekä ihmisten käytöksessä, jonka kautta se myös välittyy ulospäin. (Markkanen 1999, 119.)

Koska identiteetti muodostuu henkilöstön mielikuvista, toiminnasta ja viestinnästä, on sitä mahdollista myös kehittää haluttuun suuntaan, mutta sen tulee tapahtua koko organisaation toimesta (Harju & Ruuskanen-Himma 2016, 181, 191). Identiteetin kehittämisen kannalta olennaista on tunnistaa ja tunnustaa organisaation identiteetin nykytila, jonka jälkeen sitä on mahdollista lähteä kehittämään uuteen suuntaan. Nykytilaa tarkasteltaessa onkin hyvä pohtia yhdessä seuraavia kysymyksiä: *”Mitä me olemme, mitä me haluamme ja mitä me teemme?”*. (Mt., 185.)

3.2 Osallistaminen

Osallistaminen on toimintatapa, jonka tarkoituksena on koota yhteen henkilöstön osaaminen, taidot, ideat ja kokemukset organisaation yhteisien tavoitteiden saavut-

tamiseksi (Hyvönen 2016). Osallistavaan kehittämiseen liittyy ajatus, jossa ei käsketä, vaan kutsutaan tai kehoitetaan ihmisiä osallistumaan kehittämistoimintoihin (Masilin 2010, 86-87). Henkilöstön osallistaminen koko organisaatiota koskevaan kehittämistyöhön on tärkeää, koska vallan ja vastuun antaminen myös sitouttaa ihmisiä toimimaan yhdessä luotujen tavoitteiden hyväksi, ja ihmisillä on tapana seistä tukevasti sen takana, jota he ovat itse olleet luomassa (mt., 86-87; Harju & Ruuskanen-Himma 2016, 51).

3.3 Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys on termi, jonka nostan esille, koska se yhdistetään usein naapuruuteen (Forrest & Kearns 2001, 2130). Yhteisöllisyys on tunnetila, joka voi olla sidoksissa johonkin paikkaan tai asiaan, kuten naapurustoon, perheeseen, työyhteisöön tai vaikka harrastusporukkaan (Sitra 2018). Lindfors (2007) kuvaa yhteisöllisyyden tarkoittavan *”pysyvää tai pitkäkestoista kuulumista johonkin ihmissuhdeverkostoon”*. Toisaalta nykypäivänä yhteisöllisyyttä ilmenee sekä pitkäaikaiseen sitoutumiseen perustuvissa sosiaalisissa suhteissa, kuten perhepiirissä, mutta myös *”hetkellisissä yhteenliittymissä”*, kuten esimerkiksi mielenilmauksissa tai vaikkapa vapaaehtoistyössä (Korkiamäki, Nylund, Raitakari & Roivainen 2008, 10).

Yhteisöllisyydellä on tutkittu olevan positiivisia vaikutuksia ihmisten terveyteen ja hyvinvointiin (Lindfors 2007). Asuinympäristössä yhteisöllisyyttä luodaan ja ylläpidetään muun muassa naapuriavun kautta (Järg-Tärno 2014, 8-10). Ihmisten odotukset yhteisöllisyyden ja naapuruuden suhteen ovat kuitenkin yksilöllisiä, ja yhteisöllisyyden edellytykset vaihtelevat naapurustojen välillä (Haverinen & Kouvo 2011, 10).

3.4 Sosiaalinen pääoma

Sosiaalinen pääoma rinnastetaan usein sosiaalisiin verkostoihin ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen eri yhteisöjen sisällä (Forrest & Kearns 2001, 2129). Hyyppä (2004) kuvaa sosiaalisen pääoman tarkoittavan *”kykyä toimia jäsenenä yhteisöissä hyötyäk-*

seen niistä”. Putnamin (1993) mukaan sosiaalisen pääoman syntymiseen liittyy myös vahvasti luottamuksen ja sosiaalisen koheesion tunne, ja kyseessä on juurikin yhteisöön liittyvä kollektiivinen ominaisuus (Forrest & Kearns 2001, 2137; Hyypä 2004; Lindfors 2007). Muun muassa vapaaehtoistyön ja naapuriavun on todettu tuottavan sosiaalista pääomaa sekä tekijälleen että avun vastaanottajalle (Järg-Tärno 2014, 8-10, 38).

3.5 Naapuruuden määritelmiä

Kotimaisten kielten keskus (2017) määrittelee naapuruuden tarkoittavan ”*välitöntä läheisyyttä*” ja ”*naapurina olemista*”. Naapuri-käsite taas määritellään tarkoittavan ”*lähellä olevaa; viereisessä tai muussa lähellä olevassa asunnossa asuvaa henkilöä, perhettä tai muuta ihmisryhmää; naapuritaloa, -asuntoa; viereistä ihmistä, ryhmää, rakennusta tms; rajantakaista maata, kansaa tai valtiota*” (mt. 2017).

Naapuruus liitetäänkin yleisesti juuri asumisen ympäristöön (mm. Hoikkala & Westman 2001, 51) sekä asuinpaikkaan liittyvään identiteettiin ja sosiaaliseen verkostoon, naapurina olemiseen (Forrest & Kearns 2001, 2126). Termit ”yhteisö” ja ”naapurusto” halutaan joissain tapauksissa erottaa toisistaan rajaamalla naapurusto nimenomaan asumisen määrittämäksi lähiympäristöksi ja yhteisö niin kutsutuksi moraaliseksi, tunne-elämysten alueeksi (Holmila 2001, 12-13). Itse näkisin, että naapurusto voidaan yhtä lailla kokea yhteisöksi, ja myös asumisen lähiympäristöstä irrallisessa yhteisössä voidaan kokea naapuruutta.

Osa tutkijoista onkin sitä mieltä, että kun naapuruutta käsitellään sosiaalisena verkostona, tulisikin se nähdä osana laajempaa kokonaisuutta, jossa naapuruston heikotkin siteet toimivat siltana sen ulkopuoliseen yhteisöön (Hoikkala ym. 2001, 51). Esimerkiksi Hirvonen (2013, 5) kuvaa tutkimuksessaan naapuruutta paikallisiksi sosiaalisiksi siteiksi, ja asiaksi, ”*josta lähes kaikilla ihmisillä on arkikokemusta ja omia näkemyksiä*”. Naapuruuden luonteen voidaan kuitenkin todeta muuttaneen muotoaan ajan saatossa individualismin lisääntymisen ja kaupungistumisen myötä, ja tänä päivänä naapuruussuhteissa tasapainotellaan pitkälti sosiaalisuuden ja yksityisyyden rajoilla (mt., 5-6; Forrest & Kearns 2001, 2125).

Naapuruutta käsitellään eräänlaisina sosiaalisina suhteina myös Holmilan (2001) teoksessa, jossa hän on tutkinut kyläyhteisöjä ja naapuruussuhteiden muutosta kaupungistuvassa yhteiskunnassa. Hänen havaintonsa siitä, miten muutama vuosikymmen sitten naapuruussuhteet ja sukulaissuhteet olivat kylissä hyvinkin päällekkäisiä, antaa perspektiiviä erityisesti kaupunkiolosuhteissa koetulle ongelmalle ja ihmettelylle, miksei nykyään naapureita tunneta niin hyvin, kuin joitain vuosikymmeniä sitten (mt., 15-16, 77-78).

Tutkijat Unger ja Wandersman (1985) toteavat, että naapuruuteen liittyy sekä sosiaalista että symbolista vuorovaikutusta, ja näiden asioiden toteutuminen vaikuttaa ihmisten käsityksiin naapureistaan ja toisaalta yksilön kiinnittymiseen yhteisöön ja asuinpaikkaansa. Jos ihmisten välinen vuorovaikutus on heikkoa tai toimimatonta, vaikuttaa se naapuruussuhteisiin ja välillisesti naapuruston elinkelpoisuuteen, joka yksilön kohdalla voi johtaa jopa eristäytymiseen. (Holmila 2001, 90-91.)

Naapuruuden kokemus on liitoksissa myös turvallisuuden tunteeseen (Forrest & Kearns 2001, 2139-2140; The Young Foundation 2010). Tänä päivänä turvattomuutta koetaan erityisesti suurissa kaupungeissa, ja voidaankin puhua eräänlaisesta ”kaupunkipelosta” (Sihvola 2008, 31-32). Naapuriavun taas on todettu lisäävän turvallisuudentunnetta, johon vaikuttaa muun muassa luottamus ympäröiviin ihmisiin (Järg-Tärno 2014, 11-13). Hyvä asia on, että tutkimuksen mukaan suomalaisista valtaosa pitää naapureitaan vähintään jokseenkin luotettavina (Hirvonen 2014, 75) ja myös kansainvälisissä vertailuissa suomalaiset tuntuvat luottavan naapurustoonsa keskimääräistä enemmän (World Values Survey 2005). Kun tuntee ihmiset ympärillään, on sosiaalisesti turvallisempaa osallistua yhteiseen tekemiseen, mutta myös tuoda esille havaitsemiaan epäkohtia (Järg-Tärno 2014, 20-21).

Naapuruus yhteiskunnallisena ilmiönä

Kalliolan settlementti on naapuruusteemallaan oikeastaan hyvin ajankohtaisen aiheen äärellä. Viime vuosina ihmisiä on puhututtanut muun muassa pakolaisuuden Suomeen tuomat uudet naapurit sekä kiristyneessä ilmapiirissä tasapainoilu länsimaiden ja itänaapurimme Venäjän välissä (Koneen säätiö 2016). Muun muassa Koneen sää-

tiö (2017) onkin rahoittanut tutkimuksia, joissa naapuruutta käsitellään suomalaisessa yhteiskunnassa elämisen ja toimimisen näkökulmasta, eikä vain asuinnaapuruuteen rajattuna asiana.

Naapuruus ja naapuriapu ovat nousseet esille myös sosiaalisessa mediassa mm. Mie tuun -kampanjan myötä, jolle elokuvaohjaaja Markku Pölönen antoi kasvonsa. Kampanjan tavoitteena oli lisätä paikallista naapuriapua ja tuoda auttamisen sanomaa myös suuremman yleisön tietoisuuteen sekä kannustaa ihmisiä mukaan. (Kosonen 2018.) Sosiaalisessa mediassa voi törmätä myös satoihin suomalaisiin paikallisryhmiin, joissa jaetaan tietoa alueen tapahtumista, kysellään apua tai tietoa alueen palveluista ja halutaan olla perillä naapuruston asioista (Niskanen 2013). Yksi paikallinen esimerkki tällaisesta ryhmästä on Facebookissa toimiva Kallio-ryhmä, jossa on yli 18 000 jäsentä, mutta keskustelu kuitenkin pääosin positiivista, informatiivista ja huumorin värittämää (Kallio-ryhmä 2018). Yhteensä kaikissa helsinkiläisissä kaupunginosien asukkaille luoduissa keskusteluryhmissä käyttäjiä on jo yli sata tuhatta, ja alueellisten kirpputoriryhmien kohdalla puhutaan jo yhteensä reilusta kolmestasadasta tuhannesta käyttäjästä (Helsingin kaupunginkanslia 2017).

Facebookin monet alueelliset puskaradio-ryhmät ovatkin tämän päivän vastine torikokouksille ja ”kylän” asioista keskustelemiselle (Karjalainen & Nevasalmi 2016). Naapurustosta ja sen asioista ollaan kiinnostuneita, erityisesti omaa ympäristöä koskettavat muutokset herättävätkin tunteita ihmisissä (Hackman 2018). Sosiaalinen media osaltaan mahdollistaa sekä keskusteluun osallistumisen ja mielipiteiden vaihdon, mutta myös passiivisen seuraamisen.

Ihmiset sopeutuvat muuttuviin olosuhteisiin, ympäristöön ja ilmiöihin, kuten digitalisaation tuomiin mahdollisuuksiin. Luonnollista onkin, että kun yhteydenpito ja sosiaalisten suhteiden ylläpito ei välttämättä vaadi enää fyysistä läsnäoloa, jää naapureidenkin kanssa kasvokkain kohtaaminen helposti pois. Jossain vaiheessa saatetaan olla tilanteessa, jossa naapureita jopa vältellään. (Holmila 2001, 84.) Nykypäivänä ihmisillä ei myöskään ole niin suurta tarvetta pysyä yhdessä paikassa pitkiä aikoja, joten naapuruussuhteiden rakentaminen ei ole niin tärkeää yksilön sosiaalisen tuen kannalta. Ystäviin, sukulaisiin ja muihin tärkeisiin sosiaalisiin verkostoihin pystyy kuitenkin pitämään yhteyttä vaikka maailman toiselta puolen. (Forrest & Kearns 2001.)

Vaikka digitalisaatio onkin tuonut suuria muutoksia ihmisten sosiaaliseen elämään, ei niin kutsuttu verkkososiaalisuus kuitenkaan kokonaan korvaa kasvokkaista yhdessä-oloa (Hanifi 2016, 129). Erityisesti kaupunkiympäristössä elävien nuorten aikuisten kokema yksinäisyys on kasvava ongelma (Keskinen 2016, 76-80). Myös yksineläivistä vanhuksista joka kolmas tuntee ajoittain yksinäisyyttä (Suomen Mielenterveysseura 2018). Tilausta kohdatuksi tulemiselle ja yhteisöllisyyden lisäämisen mahdollisuuksille siis on.

Tähän ilmiöön herääminen tällä sosiaalisen median aikakaudella on tuonut mukanaan uudenlaisia kohtaamisen alustoja, kuten koko maan kattavan Nappi Naapuri -sivuston. Sivuston tarkoitus on nimenomaan saattaa naapureita yhteen tarjoamalla ihmisille helppo tapa ilmoittautua esimerkiksi kahvitteluseuraksi, koiranlenkityskaveriksi tai vaikka varamummoksi, ja vastavuoroisesti pyytää apua jossain asiassa tai vain etsiä juttuseuraa. (Yhteismaa ry 2018.) Tänä päivänä sosiaalisten suhteiden luomisessa onkin luonnollista ensin tutustua hieman verkossa ja vasta sen jälkeen päättää, haluaako kohdata toisen henkilön kasvotusten.

Sitran (2018) mukaan ihmisillä on kuitenkin luontainen tarve yhteisöille ja yhteisölliselle elämälle. Yhteisöllisyyden ja naapuruussuhteiden kaipuuseen kaupunkiympäristössä on lähdetty vastaamaan myös verkon ulkopuolella muun muassa kehittämällä erilaisia yhteisöllisen asumisen konsepteja, joita pääkaupunkiseudullekin on viime vuosina ollut tekeillä useita (mm. Alanko 2017; Ilmarinen 2017; Osváth 2017.) Kaikenikäisten naapureiden kohtaamista on yhteisöllisissä taloissa mahdollistettu sekä yhteisillä tiloilla, mutta myös digitalisaation keinoin (Osváth 2017). Ainakin tällä hetkellä yhteisöllisen asumisen ja tekemisen trendi näyttää voivan hyvin, ja naapuruussuhteiden kehittämällä voidaan osaltaan vastata laajoihinkin yhteiskunnallisiin haasteisiin, kuten yksinäisyyden lisääntymiseen (Alanko 2017).

4 SISÄINEN SELVITYS JA KÄYTETYT MENETELMÄT

Tässä opinnäytetyössä tavoitteenani on selvittää Kalliolan settlementin identiteetin nykytilaa sekä Kalliolan henkilöstön ajatuksia naapuruudesta ja sen edistämisestä. Selvityksessä pyritään löytämään vastauksia kysymyksiin: mikä on Kalliolan settlementin identiteetin nykytila, miten työntekijät itse määrittelevät naapuruuden, minkälaisia merkityksiä naapuruudella on heille itselleen sekä minkälaisin keinoin naapuruutta voisi heidän mielestään edistää.

Koska tavoitteena on selvittää ihmisten mielikuvia ja mielipiteitä ilmiöstä, naapuruudesta, ja sen tuottamista merkityksistä, on tässä työssä myös kvalitatiivisen, eli laadullisen tutkimuksen piirteitä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 160-161). Laadullisessa tutkimuksessa tarkastellaan yleensä merkityksien maailmaa ja tavoitteena on löytää ihmisten omat käsitykset ja kuvailut käsiteltävästä ilmiöstä (Vilkkä 2015, 75).

Merkityksien tutkimisessa on kuitenkin omat haasteensa, sillä ne eivät ole itsestäänselviä. Ihmisillä on jatkuva tarve antaa ja tuottaa merkityksiä kaikelle kokemalleen ja aistimalleen, koska sillä tavoin me jäsennämme arkeamme ja elämäämme. Merkityksenantoon vaikuttavat kuitenkin omien kokemusiemme lisäksi kulttuurinen perustamme, ja sieltä kumpuavat tarinat sekä tavat ajatella ja toimia. Merkitykset ovat siis sekä subjektiivisia, ihmisten välisiä ja ihmisiä yhdistäviä, mutta myös kontekstisidonnaisia. (Vilkkä 2015, 103-104.)

Nämä edellä mainitut asiat on hyvä tiedostaa tämän selvityksen tuloksia analysoidessa, mutta myös yleisesti identiteettiä ja brändiä kehitettäessä. Mielikuvia ei voida luoda vain markkinoinnin keinoin, vaan sen syntymiseen liittyvät monet eri asiat, jotka tulee huomioida sekä sisäisen identiteetin että ulkoisen identiteetin kehityksessä. Tämä sisäinen selvitys ja kalliolalaisten mielikuvat naapuruudesta ja settlementihengestä antavat osviittaa Kalliolan sisäisen identiteetin kehittämistarpeista.

4.1 Menetelmien valinta

Organisaation sisäisen selvityksen kannalta minun oli pohdittava mitä laadullisia menetelmiä minun tulisi käyttää, jotta aineistosta saisi mahdollisimman kattavan sekä luotettavan, ja kalliolalaisten äänen aidosti esille. Tässä kohtaa jouduin erityisesti ottamaan huomioon organisaation verkostomaisen rakenteen; eri yksiköiden toimipisteitä sijaitsee ympäri pääkaupunkiseutua, eikä henkilöstölle ollut suunnitteilla mitään suurempaa kokoontumista lähiaikoina. Oli siis ratkaistava, että millä keinolla voisin tavoittaa mahdollisimman suuren joukon kohderyhmää. Pohdin käytössäni olevia kanavia sekä käytettävissä olevia resursseja, kuten aikataulua ja matkustusvalmiutta, ja valitsin niiden pohjalta selvityksen tekemiseen menetelmiksi kasvokkain toteutettavat teemahaastattelut sekä verkkopohjaisen kyselylomakkeen. Pääpaino tässä selvityksessä oli verkkokyselyssä, sillä sen kautta huomattavasti useamman työntekijän oli mahdollista osallistua ja jakaa mielipiteensä, verrattuna yksittäin toteutettaviin haastatteluihin.

Verkossa toteutettavaan kyselyyn päädyin muun muassa siitä syystä, että siihen olisi mahdollista osallistua myös etänä, eikä osallistuminen kuormittaisi työntekijöitä liikaa. Siten sekä osallistujia että tuloksia voisi mahdollisesti odottaa kaikista yksiköistä. Teemahaastattelut halusin tehdä kyselyn lisäksi, sillä kyselylomaketta vähemmän strukturoitu menetelmä voisi tuottaa vielä jotain uutta tai syvempää tietoa aiheesta. Lisäksi jotkut ihmiset ilmaisevat itseään eri tavalla haastattelutilanteessa, ja minun olisi mahdollista tarttua heikompiinkin signaaleihin ja ohjata keskustelua tarkastelemaan niitä lähemmin. Halusin myös peilata kyselyn tuloksia haastatteluaineistoon nähdäkseni, onko mahdollisesti näillä kahdella menetelmällä tullut huomattavan erilaisia tuloksia vai tukevatko aineistot toisiaan.

4.2 Kyselytutkimus

Koko organisaation laajuudella tehtävän selvityksen kannalta verkkokysely on taloudellisesti järkevä ratkaisu; sen avulla on mahdollista tavoittaa etäältä suurikin joukko osallistujia ja lisäksi kyselyssä voi kysyä monia asioita (Hirsjärvi ym. 2009, 194-195).

Tässä tapauksessa kohderyhmän fyysisen etäisyyden ja rajallisten resurssien vuoksi verkkokysely oli menetelmänä hyvinkin perusteltu valinta.

Kyselylomakkeen laatimista varten minun oli ensin kirkastettava mielessäni, että mitä haluan selvittää ja minkälaisilla kysymyksenasetteluilla saisin mahdollisimman selkeitä vastauksia. Kun kyse on yksilön kokemuksen ja mielikuvien selvittämisestä, on tärkeää, etteivät kysymykset ole liian johdattelevia ja aihetta rajaavia, vaan jättävät tilaa vastaajan omalle ajattelulle. Toisaalta kysymys ei voi olla liian monella tavalla tulkittavissa, sillä muuten voi käydä niin, ettei aineistoa voikaan hyödyntää alkuperäisen tutkimusongelman selvittämiseen (Vilkkä 2015, 71).

Kyselylomakkeen pohjan laatimisessa hyödynsin tilaajan asiantuntemusta, sillä heillä on paras tieto siitä, millä tavoin heidän henkilöstönsä saa parhaiten osallistumaan tämän kaltaiseen verkkokyselyyn, ja mitä minun tulisi erityisesti ottaa huomioon kyselyä suunnitellessa. Kyselylomakkeen valmistelussa on myös hyvä käyttää apuna esitutkimusta, eli kokeilla kyselyn toimivuutta etukäteen (Hirsjärvi ym. 2009, 204). Totesin, että kyselyn testaaminen organisaation ulkopuolisilla henkilöillä ei välttämättä olisi tarkoituksenmukaista, koska kyseessä oli kuitenkin Kalliolan sisäinen selvitys, joten lähetin kyselyn kommentteille ohjaajalleni, joka testasi kyselyä myös kollegallaan.

Kyselylomakkeen rakenteessa ja visuaalisessa ilmeessä pyrin ensisijaisesti selkeyteen, sillä lomakkeen olisi hyvä näyttää helposti täytettävältä ja houkutella vastaamaan (Hirsjärvi ym. 2009, 204). Käytin aikaa myös Kalliolan graafiseen ohjeistukseen tutustumiseen, sillä halusin kyselyssä käyvän selvästi ilmi, että vaikka kyselyn on tehnyt niin sanotusti organisaation ulkopuolinen henkilö, on kyseessä kuitenkin Kalliolan sisäinen selvitys, ja tavoitteena Kalliolan sisäinen kehittäminen.

Kyselyä jaettiin Kalliolan setlementin intranetissä sekä sähköpostitse toiminnanjohtajan lähettämänä. Toiminnanjohtajan arvion mukaan kyselyn oli mahdollista tavoittaa n. 180 Kalliolan työntekijää. Kyselyn jakamista varten kirjoitimme yhdessä Kalliolan toiminnanjohtajan sekä viestintäpäällikön kanssa kyselylle saateviestin (liite 1). Saateviestissä kerrottiin kyselyn sisällöstä ja tarkoituksesta, kuka kyselyn on tehnyt, kauanko kyselyn täyttäminen arviolta kestää ja millä aikavälillä kyselyyn tulisi käydä vas-

taamassa. Saateviestissä kannustettiin kyselyyn vastaamiseen, ja mahdollisia kysymyksiä varten viestin lopussa oli minun yhteystietoni. Tämän lisäksi sähköpostitse lähetettiin vielä kaksi erillistä muistutusviestiä, joista ensimmäinen kyselyn vastaajan puolivälissä, ja toinen pari päivää ennen kyselyn sulkeutumista. Kyselyyn oli aikaa vastata noin kaksi ja puoli viikkoa.

Kyselylomakkeen (liite 2) aloitussivun selitteessä kerrottiin vielä mitä aiheita kyselyssä selvitetään, mihin kyselyn tuloksia käytetään ja mainittiin, että vastaaminen tapahtuu anonymisti. Kyselyn alussa kysyttiin vastaajaan liittyviä taustatietoja, kuten ikä, sukupuoli, missä yksikössä vastaaja työskentelee ja kuinka monta vuotta hän on ollut Kalliolassa töissä. Vastaajien sukupuolen kysyminen oli omasta mielestäni tämän selvityksen kannalta toisarvoista, mutta tilaajan toiveesta tämä kysymys lisättiin lomakkeeseen. Mitään kysymyksiä ei merkitty pakolliseksi, joten vastaaja saattoi halutessaan jättää nämä kohdat myös tyhjiksi.

Taustatietojen selvittämisen jälkeen kyselyssä käytettiin vain avoimia kysymyksiä, sillä tämän kaltaisessa selvityksessä valmiit väittämät tai monivalintakysymykset olisivat johdatelleet vastaajia pohtimaan aihetta vain jo valmiiksi annetusta, rajatusta näkökulmasta. Tiedostin kyllä, että käyttämällä vain avoimia kysymyksiä kyselyn tulokset saattaisivat olla hyvinkin kirjavien ja aineisto hankalammin käsiteltävä. Halusin kuitenkin sallia vastaajille mahdollisuuden tuoda esille omia, ehkä yllättäviäkin näkökulmia ja tulkintoja aiheesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 201.)

Jaoin kysymykset kahteen eri teemaan: naapuruutta käsitteleviin kysymyksiin ja settlementtihenkeä käsitteleviin kysymyksiin. Naapuruus-teemaa käsittelevät kysymykset päätin laittaa ennen settlementtihenkeen liittyviä kysymyksiä, jotta naapuruutta ei juumiuduttaisi pohtimaan alusta asti vain settlementtityön näkökulmasta. Lisäksi ajattelin, että settlementtihenkeen liittyvät kysymykset saattaisivat aiheuttaa enemmän tunnekuohuja vastaajissa, sillä organisaatiossa oli juuri meneillään suuria ja vaikeitakin muutoksia, jotka vaikuttivat työtehtäviin ja yleiseen ilmapiiriin. En halunnut, että vastaaja kuluttaa kaiken energiansa heti ensimmäisten kysymysten käsittelyyn.

Kyselyn loppuun lisäsin mahdollisuuden jättää kyselystä palautetta. Mahdollinen palaute auttaisi minua arvioimaan kyselyn onnistuneisuutta, ja jos jonkin tietyn kysy-

myksen kohdalla on ollut enemmänkin epäselvyyksiä useammalla vastaajalla, niin osaisin huomioda asian tulosten käsittelyssä ja aineiston analysoinnissa. Osaa kysymyksistä pidettiin vaikeina ja koettiin, ettei aika riittänyt aiheen kunnolliseen pohdiskeluun. Lisäksi pari vastaajaa kyseenalaisti vastaajien anonymiteetin toteutuksen viitaten taustatietoihin, joita kysyttiin kyselyn alussa. Tämä palaute sai minut huomaamaan, ettei kyselyn tulosten käsittelystä ollut mainittu muuta, kuin että kysely on osa opinnäytetyötäni ja sen tuloksia hyödynnetään Kalliolan toiminnan kehittämisessä. Vastaaja saattoi hyvinkin saada sellaisen mielikuvan, että kyselyn tulokset luovutettaisiin sellaisenaan esimerkiksi Kalliolan johdon käsiteltäviksi, mikä ei tietenkään ollut tarkoituksenmukaista. Joistain palautteista huomasin myös, ettei kyselyn saateviestiä ollut luettu kunnolla ennen kyselyyn vastaamista. Pääosin vastaajien jättämä palaute kyselystä oli kuitenkin positiivista, ja aihekin koettiin tärkeäksi.

Kyselyn luotettavuuden kannalta on kuitenkin hyvä huomioda tämä saatu palaute. Vastauksien laadussa saattaa olla eroa riippuen siitä, onko kyselyyn vastattu kiireessä vai todella pysähtytty pohtimaan aiheita. Myös epäilyksien anonymiteetin toteutumuksesta voi vaikuttaa vastaajan uskallukseen tai halukkuuteen vastata aidosti omien mielipiteidensä ja näkemystensä mukaisesti.

Muistutuksista huolimatta kyselyyn saatiin vain 40 vastausta, eli reilu viidesosa kyselyn kohderyhmästä löysi aikaa ja mielenkiintoa vastaamiselle. Tilaajan mielestä tulos oli kuitenkin hyvä, sillä ilmeisesti henkilöstö on aiemminkin vastannut kyselyihin heikonlaisesti. Kiire aiheuttaa sen, että työpäivästä on vaikea löytää ne ylimääräiset 15 minuuttia, jolloin voisi rauhassa istua alas ja keskittyä vastaamiseen.

4.3 Teemahaastattelut

Teemahaastattelut olivat mielestäni myös looginen valinta, kun tutkitaan ihmisen kokemuksia tietyistä aihepiiristä, kuten naapuruudesta. Intiimissä haastattelutilanteissa on myös mahdollista korostaa aiheen merkitystä henkilökohtaisella tasolla.

Suunnitelmissani oli löytää haastateltavaksi henkilöitä sekä järjestön johdosta, että muista Kalliolan yksiköistä, jotta saisin mahdollisimman laajan kuvan kalliolalaisten näkemyksistä naapuruuden edistämisestä heidän omassa työssään. Pyrin välttämään erityisesti sitä, että selvitys keskittyisi vain esimerkiksi johdon näkemyksiin, tai kansalaistoiminnan tai viestinnän työntekijöiden mielikuvaan asiasta. Halusin kuitenkin rajata haastatteluiden määrän maksimissaan viiteen henkilöön, jotta litteroitava ja käsiteltävä aineisto ei kasvaisi liian suureksi käytettävissä olevaan aikaan nähden. Erikseen lähetettävä kysely oli joka tapauksessa suunnattu kaikille Kalliolan settlementin yksiköille.

Opinnäytetyöstäni sekä haastatteluista tiedotettiin Kalliolan settlementin intranetissä ja työntekijöitä kehoitettiin ottamaan suoraan minuun yhteyttä, jos he olisivat kiinnostuneita osallistumaan haastatteluihin. Tiedote ei kuitenkaan tuottanut yhteydenottoja minuun päin, joten totesin, että minun olisi parempi itse olla aloitteellinen tässä asiassa. Samalla kun sovin vierailuja tai tapaamisia eri yksiköihin, tiedustelin myös mahdollisuutta ja halukkuutta haastatteluun osallistumiseen. Tällä lähestymistavalla teemahaastatteluihin löytyi yksi henkilö Kalliolan settlementin johdosta, yksi palvelutuotannon työntekijä, yksi kansalaistoiminnan työntekijä sekä yksi aktiivinen Kalliolan vapaaehtoistoimija.

Suunnittelin etukäteen haastattelurungon (liite 3), jossa olin jaotellut käsiteltävät aiheet eri teemoihin. Haastattelurungossa käsiteltiin naapuruutta eri näkökulmista, joiksi rajasin haastateltavan henkilökohtaisen elämän (vapaa-ajan ja omista kokemuksista pohjautuvat näkemykset), työympäristön (omat työtehtävät ja ammatin myötä kehittyneet näkemykset) sekä koko organisaation (brändin, rakenteen, ilmapiirin, muutokset ja projektit). Lisäksi haastattelurungossa käsiteltiin Kalliolan tunnettuutta ja settlementtihenkeä Kalliolassa, sillä nykytilan kartoitus oli myös tärkeää selvityksen kannalta.

Halusin haastattelutilanteiden olevan mahdollisimman autenttisia, eikä liian ohjailtuja. Tavoitteena oli saada haastateltavat pohtimaan aihetta oman elämän ja arjen kautta ja kokemaan oivalluksia naapuruudesta keskustelun aikana, ei vain adoptoimaan valmiita ajatuksia minulta tai muilta. Tästä syystä haastattelut toteutettiin yksilöhaas-

tatteluina haastateltavien omissa työpisteissä, heille tutussa ja turvallisessa ympäristössä.

Koska olen itse suhteellisen kokematon haastattelija, halusin aloittaa haastattelut pitkäaikaisen ja sanavalmiin vapaaehtoistoimijan haastattelulla. Siinä tilanteessa oli hyvä vielä kokeilla kysymysten ymmärrettävyyttä ja tehdä muutoksia haastattelurunkoon, jos huomasin jotain puutteita tai totesin joidenkin kysymysten olevan epäolennaisia selvityksen kannalta (Vilkkä 2015, 84).

Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluille tyypilliseen tapaan puolistrukturoidusti (Vilkkä 2015, 79). Jokainen haastattelu aloitettiin samalla tavalla haastateltavan esittelyllä sekä keskustelemalla hetki naapuruuteen liittyvistä termeistä, jotta haastateltavan olisi helpompi orientoitua aiheen käsittelyyn. Tämän jälkeen haastattelua jatkettiin keskustellen haastateltavan omasta naapuruuden määritelmästä sekä naapuruuden kokemuksista. Haastatteluissa edettiin ohjaamalla keskustelu luonnollisesti kaikkien haastattelurungossa määriteltyjen teemojen läpi.

Haastateltavat saivat rauhassa kertoa omia esimerkkejään ja tarinoitaan naapuruudesta ja ”rönsyillä” vastauksissaan, eikä tilannetta tai keskustelua kiirehditty millään tavoin. Pyrkimyksenä tässä oli se, että haastateltavat kokisivat tilanteen turvalliseksi ääneen pohdiskelulle eikä vastauksia tarvitsisi punnita ja jäsennellä liikaa ennen kuin ne uskaltaa sanoa ääneen. Teemahaastattelussa olennaista onkin, että haastattelu-teemat käsitellään vastaajalle luontaisessa järjestyksessä, ja että haastateltava saa esitettyä omat näkemyksensä kaikista teemoista (Vilkkä 2015, 79).

Haastattelussa käsiteltävistä teemoista sekä haastattelun käyttötarkoituksesta, tallentamisesta ja tallenteen käsittelystä keskusteltiin ja sovittiin haastateltavien kanssa ennen haastatteluja. Näin halusin varmistaa sen, että haastateltavat tietävät mihin haastatteluaineistoa käytetään ja voivat luottaa siihen, ettei heidän nimiään tuoda ilman heidän lupaansa ilmi missään selvitysprosessin vaiheessa. Haastatteluaineistoa ei myöskään luovuteta tilaajalle, vaan sitä käsitellään ainoastaan tässä opinnäytetyössä yhdessä kyselyaineiston kanssa. Pyrin tässä noudattamaan mahdollisimman pitkälle Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2012, 6-7) asettamia käytäntöjä eettisesti hyväksyttävälle ja luotettavalle tutkimukselle.

Menetelmänä teemahaastattelu oli tätä selvitystä ja kyselyn tuloksia tukeva, ja se auttoi minua ymmärtämään paremmin tähän aiheeseen ja sen käsittelyyn liittyviä haasteita. Naapuruuden määrittely ja aiheen eri näkökulmien ja ulottuvuuksien tarkastelu ja tunnistaminen tuottivat vaikeuksia lähes kaikille haastateltaville, mikä ehkä osaltaan selittää myös kyselyn pieneksi jääneen vastaajamäärän. Näkökulmia oli todennäköisesti liikaa yhdellä kertaa pohdittavaksi, eikä niitä kaivattuja oivalluksia synnytytkään niin paljon, kuin olin ehkä odottanut. Uskon, että aiheen näin laaja käsittely olisi vaatinut parikin keskustelukertaa haastateltavien kanssa, jotta teemoja olisi ehditty rauhassa pohtia kertojen välissä.

Jos aikaa olisi ollut enemmän ja työntekijöillä olisi ollut mahdollisuus kokoontua yhteen paikkaan, olisi myös ryhmähaastattelu ollut todennäköisesti toimiva vaihtoehto tämänkaltaisessa selvityksessä, jossa tavoitteena on selvittää myös työyhteisön yhteisiä määritelmiä ja toimintatapoja (Vilka 2015, 79). Ryhmässä aiheen käsittely olisi ehkä ollut hedelmällisempää, eikä vastauksissa olisi välttämättä jumiuduttu niin tiukasti omaan työnkuvaan ja tarkasteltu käsiteltäviä aiheita vain oman työympäristön näkökulmasta. Tuon tämän ryhmätyöaspektin esille myöhemmin kehitysehdotuksissani tilaajalle.

5 AINEISTON KUVAUS JA ANALYSOINTI

Kysely lähetettiin noin 180 työntekijälle ja siihen vastasi yhteensä 40 henkilöä, kyselyn vastausprosentti oli siis noin 22 prosenttia. Vastaajia oli jokaisesta yksiköstä. Noin 60 prosenttia vastaajista oli työskennellyt Kalliolan settlementissä alle viisi vuotta ja loput 40 prosenttia yli viisi vuotta. Vastaajista noin 63 prosenttia ilmoitti olevansa naisia, loput miehiä, tai eivät halunneet ilmoittaa sukupuoltaan. Vastaajien iän keskiarvo sekä mediaani oli noin 44 vuotta ikähaitarin ollessa 27–63 vuotta.

Avointen kysymysten määrä ja hieman samaa aihetta toistavat kysymykset karsivat jonkin verran vastaajia joidenkin kysymysten kohdalla. Vastausten määrä kysymystä

kohti vaihteli 30–40 vastauksen välillä. Siitäkin huolimatta aineistosta tuli juuri niin kirjavaa, kuin saattoi etukäteen odottaakin, sillä monet vastaajat lähestyivät kysymyksiä useammasta eri näkökulmasta. Huomasin onneksi tehneeni oikean valinnan kysymysten järjestyksen suhteen; kyselyn alkupäässä olleisiin naapuruus-teeman kysymyksiin vastattiin ahkerimmin, ja kuten arvelinkin, settlementtihengen liittyvät kysymykset vaikuttivat herättäneen tunteita joillakin vastaajilla, ja annettujen vastausten määrä väheni kyselyn loppua kohden.

Haastatteluiden tuottama aineisto ei sisällöiltään eronnut kovin paljon kyselyaineistosta, ja toimiikin tässä selvityksessä lähinnä kyselyn tuloksia tukevana aineistona. Haastatteluihin osallistui yhteensä neljä henkilöä, joista jokainen työskenteli eri yksikössä. Haastatelluista kolme oli työntekijöitä ja yksi oli aktiivinen vapaaehtoistoimija. Kaikki haastateltavat olivat naisia. Haastattelut toteutettiin haastateltavien omissa tutuissa työympäristöissä. Yhden haastattelun kesto oli noin 20-40 minuuttia, joten yhteensä haastatteluaineistoa kertyi n. kaksi tuntia. Haastattelut äänitettiin sekä litte- roitiin.

5.1 Aineiston analysointi

Valitsin analysointimenetelmäksi aineistolähtöisen sisällönanalyysin, vaikka myös fenomenologinen lähestymistapa, jota käytetään yleensä merkityskokonaisuuksien etsinnässä (Vilkka 2015, 109), olisi voinut palvella tätä selvitystä. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä tarkoitus on ensin tiivistää aineistoa karsimalla tutkimuskysymyksen kannalta epäolennainen informaatio pois, sen jälkeen pilkkoa aineisto osiin ja ryhmitellä uudelleen johdonmukaisemmaksi kokonaisuudeksi (mt. 105). Selvityksen tavoitteena on tunnistaa Kalliolan identiteetin ja settlementtihengen nykytila sekä löytää organisaation sisäinen määritelmä naapuruudelle, ja keinoja naapuruuden edistämiseen. Lisäksi aineistosta pyritään löytää sanoja, ajatuskokonaisuuksia ja konkreettisia esimerkkejä, joiden avulla kalliolalaiset voivat sanoittaa toimintaansa ja kehittää organisaation identiteettiä.

Analysoinnin alussa erottelin aineiston ensin kahteen eri ryhmään, joissa pyrin löytämään vastauksia eri tutkimuskysymyksiin. Ensimmäisessä ryhmässä analysoin settlementtihenkeen ja identiteetin nykytilaan liittyvää aineistoa, ja jälkimmäisessä naapuruuteen, sen määritelmiin, merkityksiin ja edistämiseen liittyvää aineistoa. Lopuksi vielä vertailin tuloksia keskenään selvittääkseni tukevatko nämä henkilöstön antamat eri määritelmät toisiaan.

5.2 Identiteetin nykytila

Identiteetin nykytilaa tarkastellakseen tuli pohtia kysymyksiä *”Mitä me olemme, mitä me haluamme ja mitä me teemme?”* (Harju & Ruuskanen-Himma 2016, 185). Kävin ensin läpi vastauksia kysymykseen *”Mikä on Kalliolan settlementin päätehtävä”*, sillä niiden avulla olisi ehkä mahdollista löytää vastaus jopa kaikkiin kolmeen edellä mainittuihin kysymyksiin.

Aloitin pilkkomalla ja tiivistämällä sekä ryhmittelemällä vastauksia edellä esitettyjen kysymysten mukaisesti. Ensin etsin aineistosta vastauksia kysymykseen *”Mitä me olemme?”*. Aineistosta näkyi hyvin selvästi, että Kalliolan toimintojen ja palveluiden moninaisuus asettaa haasteita organisaation yksinkertaiselle kuvailulle. Kalliolan settlementtiä kuvattiin muun muassa *sosiaalialan monitoimijaksi, kansalaisjärjestöksi ja sosiaali- ja terveystalveluiden tuottajaksi, sivistystyön pysyvyyttä edustavaksi paikallissettlementiksi, sillanrakentajaksi sekä yhteiskunnalliseksi ja vastuulliseksi toimijaksi sekä vaikuttajaksi*.

Moni lähestyi kysymystä myös siitä näkökulmasta, että mikä tekee Kalliolan settlementista erityisen. Kalliolalle erityisinä ominaisuuksina pidettiin muun muassa *vahvaa historiaa, toiminnan kategorisoimattomuutta, työntekijöiden kouluttautuneisuutta ja motivaatiota, ihmisten hyväksymistä sellaisena kuin he ovat sekä aidosti ihmiseltä ihmiselle tehtävää työtä*. Myös arvojen näkyminen työssä nostettiin useaan otteeseen esille. Eräs vastaaja tiivistä Kalliolan erityisyyden näkyvänkin kalliolalaisissa itsessään:

"Kalliolan setlementillä työskentelee hyvin sitoutuneita ja motivoituneita ihmisiä. Heillä on kykyä tuntea empaattisuutta ja jakaa osaamistaan muille. Kalliolan setlementissä ollaan juurikin hyvällä tavalla kiinnostuneita siitä mitä sinulle kuuluu. Vahva arvopohja on oikeasti ihmisissä itsessään kaikessa mitä he tekevät, se ei ole sanahelinää."

Vähintään yhtä laajasti löytyi vastauksia kysymykseen "Mitä me teemme?". *Ihmisten auttaminen ja hyvinvoinnin edistäminen* toistuivat useimmissa vastauksissa. Lisäksi vastauksissa mainittiin muun muassa *palveluiden tuottaminen, ihmisten yhteen tuominen, yhteisöllisyyden lisääminen, ihmisarvoisen elämän turvaaminen sekä pienen ihmisen puolustaminen*. Kalliolan ja setlementtiliikkeen arvot saattoi jälleen aistia useimmissa vastauksissa, ja ne tuntuivatkin olevan kantava teema kaikissa setlementtityötä ja -henkeä koskevissa vastauksissa.

Kysymykseen "Mitä me haluamme?" olikin jo hieman vaikeampi löytää vastinetta aiheistosta. Parissa vastauksessa esille nostettiin tarve *eriarvoisuuden vähentämiseen* sekä *ihmisten ja yhteisöjen hyvinvoinnin lisäämiseen*. Ehkä tässäkin kysymyksessä Kalliolan arvot; *"edistämme yhdenvertaisuutta ja moninaisuutta, puolustamme oikeudenmukaisuutta ja tasa-arvoa sekä luottamme ihmisen ja yhteisön kykyyn kasvaa ja kehittyä"* näyttävät suuntaa, ja näkyvät myös heidän toimintansa tavoitteina.

Näiden kolmen kysymyksen lisäksi koin etenkin näin suuren organisaation kohdalla tarpeelliseksi löytää vastauksen myös kysymykseen "Kenelle me teemme?". Jos organisaation eri toimintojen kohderyhmät eivät ole kaikille työntekijöille selvillä, saattaa se näkyä esimerkiksi epäjohdonmukaisena viestintänä ja vaikuttaa ihmisten ja sidosryhmien, myös työntekijöiden itsensä, mielikuviin organisaatiosta (Isohookana 2007, 20-21).

Suurin osa vastaajista näki Kalliolan toiminnan olevan tarkoitettu *kaikille ihmisille, erilaisille ihmisryhmille sekä yhteisöille*. Yksi vastaajista kuvasikin tätä ajatusta hienosti oman työympäristönsä näkökulmasta:

"- - Kalliolatalossa erityisyytenä on, että kohderyhmää ei ole, vaan presidentistä haisevimpaan kadunmieheen ja -naiseen, kansalaisuuteen ja ekonomiseen statukseen katsomatta kaikki pääsee aina sisään ja mukaan. Talosta löytyy oikea paikka kaikille."

Tämän lisäksi osa rajasi kohderyhmää hieman tiukemmin ja kuvaili Kalliolan toimintojen olevan kohdennettu muun muassa *marginaalissa oleville, vähempiosaisille sekä kuntalaisille ja kansalaisille*. Kohderyhmiä rajaavia vastauksia ei ollut kuitenkaan montaa. Näiden rajaavien näkökulmien esittäjät työskentelivät kaikki palvelutuotannon puolella, joten uskon, että Kalliolan toimintojen kohderyhmiä on tarkasteltu tässä kohtaa lähinnä oman työn ja yksikön näkökulmasta.

Nämä edelliset neljä kysymystä ja niihin löydetty vastaukset tarjoavat jo jonkin verran tietoa Kalliolan identiteetin nykytilasta, mutta koin tarpeelliseksi tarkastella aihetta vielä myös setlementtihengen näkökulmasta. Lisäksi mielenkiintoista on selvittää, että kohtaako setlementtihengen määritelmät Kalliolan päätehtävän kuvailujen kanssa.

Vastaajista reilu puolet kuvaili setlementtihengen liittyvän asenteisiin ja toimintatapoihin, kuten *ihmisten hyväksymiseen ja kunnioittamiseen, luottamukseen, arvostukseen ja välittämiseen, rohkeuteen sekä ihmisten kokonaisvaltaiseen kohtaamiseen*. Noin 40 prosenttia vastaajista yhdisti setlementtihengen taas *me-henkeen, yhteistyöhön sekä työkavereiden tukemiseen ja arvostamiseen*. Lopuissa vastauksissa nousi jälleen esille setlementtityön arvot, periaatteet ja historia. Pitkälti samoja teemoja siis nostettiin esille, kuin Kalliolan päätehtävää kuvaavissa vastauksissa.

Setlementtihengen toteutumisesta Kalliolassa kysyttäessä oli kaksi kolmannesta sitä mieltä, että setlementtihenki näkyy ja toteutuu Kalliossa joko edellä mainitsemallaan tai jollain juuri Kalliolalle ominaisella tavalla. Vajaa viidennes koki setlementtihengen toteutuvan Kalliolassa joko vaihtelevasti, tai että se oli muuttunut jossain vaiheessa. Loput joko kokivat, ettei setlementtihenki nykyisellään toteudu Kalliolassa, tai eivät osanneet ottaa kantaa asiaan.

Nykyisestä tilanteesta kertoo jotain se, että kolmasosa vastaajista ei kokenut setlementtihengen toteutuvan täysin niin kuin pitäisi. Kun Kalliolan identiteettiä lähdetään yhdessä henkilöstön kanssa kehittämään, on tämä seikka otettava huomioon. Kyseilyssä nousseet ehdotukset setlementtihengen parantamiseksi koostan tilaajan käyttöön ja toivon, että kyselyssä noussut ”palaute” otetaan tosissaan, ja setlementtihengen parantaminen otetaan osaksi identiteetin kehittämisprosessia.

5.3 Naapuruuden määrittely

Käsittelin naapuruuteen liittyvää aineistoa samalla periaatteella, kuin edellisen ryhmän aineistoa, eli aloitin purkamalla ja tiivistämällä sitä kysymys kerrallaan. Tämän aineiston avulla pyrin selvittämään vastaukset kysymyksiin: Mitä naapuruus Kalliolan henkilöstön mielestä tarkoittaa, minkälainen merkitys sillä heille on, ja miten naapuruus näkyy tai voisi näkyä heidän arjessaan.

Kysymykseen ”Mitä naapuruus mielestäsi tarkoittaa” annettiin hyvin moninaisia vastauksia. Vain kolme vastaajaa tyytyi määrittelemään naapuruuden yhdellä sanalla tai sanaparilla, kun taas valtaosa tutkiskeli naapuruutta useammasta eri näkökulmasta, tai tarjosi konkreettisia esimerkkejä määritelmiensä tueksi.

Noin kolmasosa kyselyyn vastanneista viittasi vastauksessaan naapuruuden liittyvän lähekkäin asumiseen, joka vastaa pitkälti tätä yleistä käsitystä naapuruudesta ja naapurisuhteista ihmisen arkielämässä. Valtaosa vastaajista jätti kuitenkin asumiseen liittyvän rajauksen pois, ja etsi naapuruudelle ennemminkin synonyymejä tai naapuruuden tuottamia tunnetiloja, kokemuksia, kuten *yhteisöllisyys*, *luottamus*, *turvallisuus*, *toveruus*, jopa *rakkaus*. Suurella osalle naapuruus merkitsi myös jotakin aktiivista tekemistä, kuten *auttamista*, *yhdessä tekemistä* tai *ympäristön siisteydestä huolehtimista*. Monet rinnastivat naapuruuden vastauksissaan myös kommunikaatioon ja vuorovaikutukseen liittyviin asioihin, kuten *tervehtimiseen*, *kuulumisten kysymiseen* ja *small talkiin*. Myös ihmisten *kohtaaminen* nostettiin useaan otteeseen esille.

Yhdessä haastattelussa naapuruus haluttiin nähdä erityisesti filosofisena ja sosiologisena ilmiönä. Haastateltava halusi myös tehdä selvää eroa termien *naapuruus* ja *yhteisöllisyys* välille: yhteisöllisyys voi hänen mielestään olla naapuruuden sivutuote, mutta synonyymejä ne eivät ole toisilleen. Työn vaikutus myös kävi ilmi keskustelussa; työssä haluttiin edistää yhteisöllisyyttä ja luoda hyvää naapurustoa yhdessä te-

kemisen kautta, mutta vapaa-ajalla oltiin mieluummin omassa rauhassa, eikä ajan viettämistä naapureiden kanssa kaivattu tai pidetty kovin tärkeänä.

Koska määritelmiä oli annettu niin laajalla skaalalla, pilkoin vastaukset ensin yksittäisiksi sanoiksi ja ajatuskokonaisuuksiksi ja ryhmittelin ne taulukon 1 mukaisiin ryhmiin.

Taulukko 1.

Tekeminen Konkreettista, aktiivista Esim. sokerin lainaaminen, auttaminen, ympäristöstä huolehtiminen	Tunnetila Esim. luottamus, kunnioitus, turvallisuus, lämmin ilmapiiri, välittäminen ja huolehtiminen	Asenne Esim. hyväksyntää, halukkuutta oppia ja ymmärtää erilaisia tapoja, ”Kaveria ei jätetä”	Vuorovaikutus Esim. juttutuokioita, kysellään kuulumisia, tervehditään, kuunnellaan tuomitsematta
Sosiaaliset suhteet Esim. Kumppanuutta, toveruutta, kaveruutta, tuttuja kasvoja, yksityisyyttä ja jakamista, tilan antamista, sopivan etäiset – kohteliaat välit	Yhteisö ja yhteisöllisyys Esim. <i>ulkopuolisten</i> varalta tarkkailua, <i>vieraat</i> kutsuttuna tervetulleita, kuulumista johonkin	Sijainti Esim. lähellä asumista, yhteistä rajapintaa asuinympäristössä, konkreettista naapurina olemista, viereinen kaupunki tai valtio	Muita määritelmiä Esim. vapaa-ajalla naapuruutta, työajalla kumppanuutta, liittyy maailmallistumiseen, ympärillä olevat ihmiset, lähellä oloa tavalla tai toisella

Ryhmittelyn jälkeen vertailin vastauksia kysymyksen ”Miten naapuruutta voisi mielestäsi edistää omassa arjessa?” vastauksiin selvittääkseni toistuvatko samat asiat usein molempien kysymysten kohdalla. Yhtäläisyyksiä löytyi paljon ryhmien ”tekeminen”, ”asenne” ja ”vuorovaikutus” kanssa. Tästä oivalsin, että ensimmäisen kysymyksen vastausten tuottamaa aineistoa olisi mahdollista lähestyä myös seuraavien kysymysten kautta: Mitkä asiat edistävät ja ylläpitävät naapuruutta? Mitä kaikkea naapuruuteen kuuluu? Mitä hyvä naapuruus voi tuottaa?

Naapuruutta edistävien ja ylläpitävien asioiden alle löysin juurikin asenteeseen, vuorovaikutukseen ja aktiiviseen tekemiseen liittyviä määritelmiä. Tulkintaani kuvaavat seuraavat esimerkit:

- Hyvän naapuruuden edellytyksiä on oikeanlainen *asenneituminen* ympärillä oleviin ihmisiin ja ympäristöön; ihmiseltä tulee löytyä halua ymmärtää ja hyväksyä erilaisia ihmisiä ja elämäntyyplejä sekä halua löytää paras mahdollinen tapa elää ja jakaa tilaa yhdessä. Avoin asenne on hyvä lähtökohta naapuruuden edistämiseksi.

- Hyvän naapuruuden syntymistä edistää toimiva *vuorovaikutus* ympärillä olevien ihmisten kanssa; kaikki lähtee liikkeelle tervehdyksestä ja hymystä, peruskohteliaisuudesta ja itsensä tutuksi tekemisestä. Kun jää on rikottu, on toista ihmistä helpompi lähestyä, jos sille kokee tarvetta.
- Hyvää naapuruutta ylläpidetään myös *konkreettisten tekojen*, kuten yhteisestä ympäristöstä huolehtimisen kautta. Kun asenne on kohdallaan ja vuorovaikutus toimii, voi naapuruutta edistää ja ylläpitää myös *yhteisen tekemisen* kautta. Valtaosalta ihmisistä löytyy halu ja valmius auttaa kanssaihmissiä, mutta avunpyytäminen vaatii joko rohkeutta ja avointa asennetta, toimivan vuorovaikutussuhteen avunpyytäjän ja -antajan välillä, tai kaikkia näitä asioita.

Naapuruuden edistämisen käsittelyn jälkeen etsin aineistosta vastausta kysymykseen "Mitä kaikkea naapuruuteen kuuluu" sekä pohdin naapuruuden perusedellytyksiä. Perusedellytyksiksi rajasin "sijainnin" ja siihen liittyen "ympärillä olevat ihmiset", sillä naapuruutta voi aineiston perusteella tulkita ihmisten välisenä ilmiönä. Sijainnissa haluan huomioida ajatuksen, että naapuruutta on sekä pitkäaikaista ja pysyvää, mutta myös hetkellistä ja senhetkiseen paikkaan kiinnittyvää. Esimerkiksi asuin- ja työympäristöjä voidaan pitää pysyvämpinä sijainteina, joissa naapuruutta rakennetaan pitkäjänteisemmin ja ehkä koetaan syvemmin. Sitten taas esimerkiksi samassa linja-autossa matkustavat tai samassa kahvilassa sillä hetkellä asioivat ihmiset ovat siinä hetkessä, samaa yhteistä tilaa jakaessaan toistensa naapureita. Samat hyvän naapuruuden syntymisen ja edistämisen periaatteet pätevät molemmissa tilanteissa.

Aineiston perusteella naapuruuden perusolemukseen kuuluu olennaisesti myös ihmisten väliset *sosiaaliset suhteet*. Yksi vastaajista tiivisti mielestäni hyvin tämän havainnon: "*Naapureihin on yleensä joku suhde, tiivis tai väljä. Jokaisella on varmaankin oma raja sille, keitä he näkevät naapureinaan.*" Aineistosta nousi myös ajatus, että naapuruuden kokemisen kannalta ei ole väliä pidetäänkö naapureita ystävinä vai vain lähellä asuvina ihmisinä, vaan olennaista on, että tiedostaa sillä hetkellä ympärillään olevat ihmiset ja määrittelee itse minkälaisen suhteen heihin on valmis luomaan. Yksi haastateltava kuvasi tätä "*naapuruuden intensiteettiasteena*", jonka jokainen määrittelee itse senhetkisen tilanteen ja mielentilan mukaan.

Lopuksi tarkastelin aineistoa kysymyksen ”Mitä hyvä naapuruus voi tuottaa?” näkökulmasta. Tässä kohtaa on hyvä huomioda, että aineistosta nousseet esimerkit ovat nimenomaan positiivisessa mielessä koetun naapuruuden sivutuotteita, eikä niin sanotun huonoksi koetun naapuruuden vaikutuksia tarkastella tässä analyysissä.

Aineiston perusteella hyvä naapuruus näkyy *tunnetiloina* ja yksilön hyvinvointia lisäävinä kokemuksina. Hyväksi koettu naapuruus lisää ihmisten luottamusta ja turvallisuuden tunnetta; kanssaihmisistä välitetään, heidät huomioidaan ja ollaan valmiita auttamaan tarpeen tullen. Tämä kaikki tukee samanarvoisuuden ja yhteisöllisyyden kokemusta sekä sosiaalisen pääoman kasvua. Hyvät sosiaaliset suhteet, ihmisten hyväksyntä ja arvostaminen vahvistavat sitä tunnetta, että kuuluu johonkin, on osa jotain yhteisöä.

Nämä edellä mainitut tuntemukset ja kokemukset jälleen muokkaavat ihmisten asenteita, ja motivoivat ihmisiä edistämään hyvää naapuruutta ja sosiaalisia suhteita. Tätä koko vaikutusprosessia voisikin kutsua ”hyvän naapuruuden kehäksi”, jossa pienillä asioilla voi edesauttaa sekä itsensä että ympärillä olevien ihmisten hyvinvointia.

5.4 Naapuruus setlementtityössä

Identiteetin nykytilan sekä setlementtihenken ja naapuruuden määrittelyn lisäksi halusin selvittää, että löytyykö näiltä käsitteiltä yhteistä rajapintaa, jota voisi hyödyntää tai vähintään huomioida Kalliolan identiteetin kehittämisessä. Tätä selvittääkseni tarkastelin, että mitä määritelmiä työntekijät antoivat setlementtihengelle sekä naapurudelle, ja vertailin näitä tuloksia keskenään.

Vastausten vertailun tuloksena selvisi, että suurin eroavaisuus näiden kahden ilmiön välillä olivat setlementtiarvot sekä -historia, jotka liitettiin vahvasti setlementtihenkeen, mutta jotka eivät luonnollisesti näkyneet naapuruutta määriteltäessä. Tästä huolimatta yhtymäkohtia setlementtihenken ja naapuruuden välillä löytyi kuitenkin useita. Nämä yhteiset ominaisuudet, tai piirteet, koostin erilliseen taulukkoon (taulukko 2) selkeyden vuoksi.

Taulukko 2.

Setlementtihenkeä ja naapuruutta yhdistäviä piirteitä	
• Yhdessä tekeminen	• Luottamus
• Yhteisöön kuuluminen	• Avoimuus
• Yhteishenki	• Välittäminen
• Yhteisöllisyys	• Kaikenlaisten ihmisten kunnioittaminen
• Ihmisten tukeminen samassa yhteisössä	• Erilaisuuden ja erilaisten ihmisten hyväksyminen
• Yhdessä samaan tavoitteeseen pyrkiminen	• Ihmisten kohtaaminen ja kuunteleminen
• Asioiden jakaminen	• Rohkeus tuoda epäkohtia esiin
• Auttaminen	• Kestävät arvot

Kuten naapuruus, myös setlementtihenki rakentuu asenteista, vuorovaikutuksesta ja yhdessä toimimisesta, ”*yhteen hiileen puhaltamisesta*”, ja näkyy muun muassa ihmisten välisenä luottamuksena, yhteenkuuluvuuden tunteena ja avoimuutena. Molemmat pohjaavat kestävään arvomaailmaan, joka naapuruuden kohdalla on jokaisen yksilön itsensä määrittelemä, mutta setlementtityössä kaikkien työntekijöiden yhteinen.

Tämä tulos on sinänsä mielenkiintoinen, sillä kahdessa haastattelussa setlementtihenki ja naapuruus koettiin hyvinkin erilaisiksi asioiksi. Näkemystä ei kuitenkaan osattu perustella muuten, kuin viittaamalla setlementtityön arvopohjaan. Tähän voi vaikuttaa myös se, että setlementtihenkeä pidettiin tutumpana ja luonnollisesti setlementtityöhön kuuluvana asiana. Työntekijät eivät ole vielä ehtineet asennoitua ja tottua naapuruus-termistön käyttöön setlementtityön kuvailussa, mutta osoittamalla näitä yhteneväisyyksiä heille tuttujen termien kanssa voidaan totuttelua ehkä helpottaa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Aineiston pohjalta voi tehdä johtopäätöksen, että Kalliolan identiteetti pohjautuu tällä hetkellä pitkälti setlementtiarvoihin, sekä siihen, miten ne toteutuvat päivittäisessä työssä. Erityisesti uudemmille työntekijöille setlementti-termi saattaa kuitenkin olla

vielä suhteellisen vieras, mutta heidän tapansa kuvailla Kalliolassa vallitsevaa ilmapii-riä vastaa hyvin muiden työntekijöiden näkemystä setlementtihengestä.

Etenkin pidempään Kalliolassa työskennelleiden vastauksista käy ilmi, että Kalliolas-
sa meneillään olleet suuret muutokset ovat vaikuttaneet jonkin verran organisaation
sisäiseen setlementtihenkeen, ja tietynlainen me-henki kaipaisi kohennusta. Kalliolan
sisäinen identiteetti heijastelee siis samaan aikaan sekä positiivisia että negatiivissä-
vytteisiä mielikuvia työntekijöiden keskuudessa, mikä saattaa aiheuttaa ristiriitaisia
viestejä sekä Kalliolan sisällä että ulospäin. Juuri nyt olisikin siis oivallinen aika henki-
löstön osallistamiseen yhteisen ja yhtenäisen identiteetin kehittämiseksi. Kyselyn
vastaajat tarjosivat monia hyviä keinoja sekä setlementtihengen parantamiseen että
naapuruuden edistämiseen Kalliolassa, ja nämä keinot on koostettu tilaajalle jatko-
käyttöä varten.

Naapuruuden määrittelystä on pääteltävissä, että kaikki työntekijät eivät ainakaan
vielä jaa täysin Kalliolan toimintasuunnitelmassa tehtyä rajausta naapuruuden määri-
telmästä. Naapuruus koettiin huomattavasti laajempaan ilmiönä, kuin vain ”avoimena
ja avarana mielentilana”; asenteiden ja ajattelutavan lisäksi naapuruuteen kuuluu so-
siaalisten suhteiden luomista ja ylläpitämistä vuorovaikutuksen ja konkreettisten teko-
jen avulla; ja naapuruuden kokemus muotoutuu senhetkisen sijainnin, mielentilan
sekä ympäröivien ihmisten vaikutuksesta.

Naapuruuden ja setlementtihengen näkeminen ja tunnustaminen toisiaan tukevinä
ilmiöinä auttaa varmasti naapuruus-termistön ja naapuruusajattelun juurruttamista
Kalliolan toimintoihin ja osaksi heidän sisäistä identiteettiään. Molempia olisikin hyvä
kehittää rinnatusten ja käsitellä niitä toisistaan riippuvaisina asioina.

6.1 Tulosten jalkauttaminen

Kalliolan tavoitteena on toimia naapuruuden asiantuntijana, joten koko organisaation
tulisi jakaa tämä yhteinen päämäärä ja pyrkiä näkemään nämä naapuruuteen liittyvät
ominaisuudet sekä omassa työssä että koko organisaation laajuudella. Jotta nämä
ominaisuudet olisi helpompi nähdä ja omaksua osaksi Kalliolan identiteettiä, pyritään

niille löytämään vastineita Kalliolan olemassa olevasta toiminnasta. Yksi tapa lähestyä tätä on toiminnan uudelleensanoittaminen: käytössämme on lista kalliolalaisten ajatuksia naapuruudesta; naapuruuden lähtökohtia, naapuruuden sivutuotoksia sekä naapuruuden edistämiseen tähtääviä asioita. Näitä listalta löytyviä sanoja käytetään kuvaamaan mm. Kalliolan toimintaa, tavoitteita, periaatteita ja ilmapiiriä

Jos naapuruutta tarkastellaan esimerkiksi näkökulmasta, jossa sen määritellään tarkoittavan *lähellä olemista*, tulee seuraavaksi pohtia, että miten se näyttäytyy Kalliolan arjessa. Pienempiin kokonaisuuksiin pilkottuna on naapuruuden toteutuminen helppompia nähdä. Tässä esimerkissä naapuruuden toteutumista Kalliolassa voisi kuvailla seuraavasti: Kalliolan settlementti on *paikallinen* toimija, asiakkaidensa, kävijöidensä ja yhteistyökumppaneidensa *naapuri*, ja verkostomaisen rakenteensa vuoksi myös fyysisesti monen *lähellä* ja *helposti tavoitettavissa*.

Ajatuksena on käydä läpi kaikki kalliolalaisten antamat naapuruuden määritelmät, ja jokaiselle kohdalle tulisi löytää yhtä lailla vastine Kalliolan toiminnoista, tavoitteista, periaatteista tai ilmapiiristä. Alla muutama keksimäni esimerkki:

- *Kalliola on avoin ja läsnä arjessa silloin kun tarvitaan, siellä pyritään näkemään kaikissa ihmisissä potentiaalia, ja luottaa siihen, että kaikilla on jotain arvokasta tietoa tai taitoa muille jaettavaksi.*
- *Kalliolassa ollaan valmiita tarjoamaan apua kaikille sitä tarvitseville, ja vastaanotamme myös itse apua mm. aktiivisten vapaaehtoistoimijoiden kautta.*
- *Kalliolassa ei tuppauduta ihmisten elämään, vaan kunnioitetaan muiden kanssaeläjien tilaa ja oikeutta olla rauhassa.*
- *Kalliolassa mahdollistetaan ihmisten kohtaamisia ja yhdessäoloa tarjoamalla avointa tilaa ja järjestämällä välillä mukavaa yhteistä tekemistä ja tapahtumia, joihin saa tulla mukaan kuka vain, ilman sen kummempia velvoitteita.*
- *Kalliolassa halutaan oppia ja ymmärtää erilaisia tapoja toimia ja elää, ja olla hyvä naapuri.*

Käyttämällä työntekijöiden omia sanoja, naapuruuden määritelmiä, ja löytämällä niille vastineita suoraan Kalliolan toiminnoista, tapahtuu toiminnan uudelleensanoittamista.

Pukemalla Kalliolan arki naapuruuden määritelmiin, voidaan suoraan nähdä, miten naapuruus toteutuu Kalliolan settlementissä. Jos jokin määritelmistä ei suoraan löydy vastinetta jo olemassa olevasta toiminnasta ja työntekijöiden mielikuvista, voidaan määritelmää pitää tavoitteena; jotta Kalliola voi näyttää esimerkkiä hyvästä naapuruudesta, on sen täytettävä nämä määritelmät.

Tätä uudelleensanoittamisen menetelmää voi hyödyntää koko organisaation kattavassa kuvailussa, mutta myös yksiköiden sisällä tai työntekijän omien työtehtävien ja -arjen pohdinnassa.

Kalliolan naapuruusjulistus

Yhtenä konkreettisena keinona naapuruuden edistämiseksi ja naapuruuden tunnistamiseksi omassa työssä on tilaajalla ollut kehitteillä Kalliolan oma naapuruusjulistus. Naapuruusjulistus on kaavailtu toteutettavan myös fyysisessä muodossa: toiminnanjohtajan visiona oli n. A5-kokoon tiivistetty kortti tai kyltti, jossa määriteltäisiin mitä naapuruus Kalliolan settlementissä tarkoittaa ja millä tavoin Kalliolassa sitoudutaan sitä edistämään. Tämä julistus voisi olla näkyvillä työntekijöiden työpisteissä, kaikille avoimissa tiloissa sekä Kalliolan viestinnässä.

Jotta naapuruusjulistus palvelisi tarkoitustaan, on se luotava yhdessä koko henkilöstön kanssa. Tämänkaltaisessa tuotoksessa olennaista on kyetä tiivistämään koko organisaation ajatukset yhdeksi tiiviiksi kokonaisuudeksi. Tämä opinnäytetyö ja tekemäni selvitys ei itsessään vielä riitä naapuruusjulistuksen pohjaksi, vaan tuloksista on käytävä dialogia henkilöstön kanssa. Dialogin kautta voidaan yhteisymmärryksessä pyrkiä luomaan naapuruudelle määritelmä, jonka takana kaikki voivat seistä, ja naapuruuden edistämiseksi toimintatavat, joihin kaikki voivat sitoutua.

Naapuruusjulistus itsessään on vain väline, jonka avulla naapuruuden edistämisestä Kalliolassa voidaan viestiä eri sidosryhmille; siis osa Kalliolan visuaalista identiteettiä (Harja & Ruuskanen-Himma 2016, 190). Naapuruusjulistuksen luomisprosessia taas voidaan hyödyntää Kalliolan sisäisen identiteetin kehittämisessä ja vahvistamisessa. Työntekijöiden osallistaminen kehittämistyöhön lisää sitoutumista muutokseen ja vaikuttaa todennäköisesti myönteisemmin myös heidän mielikuviinsa organisaatiosta ja

sen toimintakulttuurista (Masalin 2010, 86-88). Kalliolan työntekijöiden keskuudessa myös koettiin tarvetta me-hengen parantamiseen ja tuotiin esille, ettei muiden yksiköiden työntekijöitä tunneta. Yhteisöllinen kehittämisspäivä naapuruus-teeman parissa voisi olla askel eteenpäin, ja toimia yhteisenä alustana sekä kehittämistyölle että me-hengen parantamiselle.

Tämänkaltaisessa kehittämistyössä, jossa halutaan mahdollistaa suuren joukon yhdenvertainen osallistuminen, dialogin käyminen ja yksilöiden näkemysten kuuleminen ja huomioiminen, sekä saada aikaiseksi yhteisymmärryksessä laadittu tiivis lopputuotos, on esimerkiksi World Cafe -menetelmän käyttö harkitsemisen arvoinen (Masalin 2010, 93-94; Suomen Setlementtiliitto, Uusi paikallisuus -hanke 2015, 9). Kyseinen menetelmä on myös tilaajan edustajalle ennestään tuttu, joten World Cafe -päivän järjestäminen ei vaatisi kokonaan uuden menetelmän opettelua. Kehittämisspäivän lomaan tai lopuksi olisi mahdollista järjestää myös rennompaa yhdessäoloa ja virkistytymistä, jolloin kollegoihin olisi mahdollista tutustua paremmin ja päivän antia voisi vielä halutessaan purkaa yhdessä muiden osallistujien kanssa.

Naapuruus on mielentila -kampanja

Kalliolalla on tällä hetkellä meneillään "Naapuruus on mielentila" -nimellä kulkeva kampanja, jonka tavoitteina on *"yksinäisyyden vähentäminen edistämällä hyvää naapuruutta ja naapureiden keskinäistä kohtaamista"* sekä *"Kalliolan setlementin tunnettuuden kasvattaminen ja uusien verkostojen luominen"* (Kalliolan setlementti 2017a).

Tämä kampanja on koko Kalliolan organisaation yhteinen, ja ajatuksena onkin, että jokainen yksikkö löytäisi heille ominaisen tavan osallistua kampanjan toteutukseen ilman, että se vaatisi ylimääräisiä resursseja. Sen lisäksi, että kampanjalla tavoitellaan lisää tunnettuutta ja uusia verkostoja, on se myös hyvä väline saada Kalliolan työntekijät pohtimaan naapuruuden edistämistä omassa työssään.

Kampanja on myös osa suomalaisen setlementtityön 100-vuotisjuhlavuotta, johon setlementit ympäri Suomen ottavat osaa. Kalliola voisi huomioida sekä naapuruusteeman että tämän juhlavuoden tekemällä ja dokumentoimalla kuvin ja videoin juhlavuoden aikana "100 naapuruustekoa", joiden tekemiseen haastettaisiin mukaan koko

Kalliolan henkilöstö. Jos haaste otetaan positiivisesti vastaan, on se omiaan aloittamaan ”hyvän naapuruuden kierteen” Kalliolan sisällä ja läheisyydessä. Samalla se näkyy myös sidosryhmille hyvänä yhteishenkenä ja yhtenäisenä Kalliolana, jossa yhdessä tekemällä ja toisiaan tukemalla saavutetaan yhdessä luotuja tavoitteita.

Naapuruustekoja dokumentoimalla kalliolalaisten on myös mahdollista tuoda esille erilaisia palveluitaan ja toimintojaan, ja lisätä niiden tunnettuutta samalla. Näin Kalliolala tulisi myös kokonaisuutena paremmin ihmisten tietoisuuteen. Eri yksiköiden aktiivinen osallistuminen kampanjaan osoittaisi myös sen, ettei Kalliolan settlementti ole yhtä kuin Sturenkadun Settlementitalo, vaan todellakin levittäytynyt eri puolille ihmisten läheisyyteen.

Kalliolan henkilöstö on jo kyselyssä listannut useita naapuruuden edistämisen keinoja, joita voi hyödyntää naapuruustekojen suunnittelussa. Esimerkki naapuruusteon dokumentoinnista voisi olla vaikka kuva, jossa työntekijä hymyilee ja tervehtii, ja kuvateksti, jossa kuvailtaisiin naapuruustekoa ja siihen liittyvää havaintoa. Esimerkiksi: *Tervehdin tänään työpäivän aikana 30 eri ihmistä ja sain takaisin 27 hymyä sekä pari hämmentynyttä katsetta. Kyllä itseäkin hymyilytti loppupäivän! Tästä pitääkin ottaa tapa.*

Tämänkaltaisilla esimerkeillä on mahdollista osoittaa, ettei naapuruuden edistäminen aina vaadi mitään suuria tekoja, vaan kyse on ihmisten huomioimisesta arjen keskeillä. Kun naapuruuden edistämisestä syntyy tapa, tulee se myös osaksi identiteettiä.

6.2 Kehittämistehtävän arviointi

Tämän opinnäytetyön tulosten jalkauttamiseen liittyvien kehitysehdotusten on tarkoitus toimia Kalliolan identiteetin kehittämisen ja uudelleenprofiloitumisen prosessin ensimmäisinä askeleina. Identiteetin kehittäminen on prosessi, joka vaatii pitkäjänteisyyttä ja yhteistyötä, eikä uuden termistön tunnistaminen osaksi identiteettiä ja toimintaa tapahdu hetkessä. Tästä syystä tämän työn ja antamieni kehitysehdotusten vaikutuksia on mahdollista tarkastella vasta pidemmän ajan kuluttua.

Vaikka selvityksessä käytettyjen menetelmien hyödyntämisessä olisi ollut vielä hio- mista, olen kuitenkin tyytyväinen aineiston laatuun, ja uskon tulosten aidosti hyödyt- tävän tilaajaa. Sen lisäksi, että selvityksen avulla saatiin lisättyä tietoa naapuruuden määrittämisestä ja merkityksistä, tarjoavat selvityksen tulokset myös tietoa Kalliolan sisäisistä kehittämistarpeista, sekä konkreettisia ehdotuksia niiden ratkaisemiseen suoraan työntekijöiltä.

Selvitykseen osallistuminen on myös itsessään toiminut eräänlaisena alkulämmittely- nä naapuruuden ja sen edistämisen pohtimiselle kalliolalaisten keskuudessa. Alku- lämmittelyn jälkeen kehittämistyötä on hyvä jatkaa yhdessä, ja hyödyntää kaikki aja- tukset, joita tämä selvitys on saattanut herättää työntekijöissä. Tärkeää on, ettei naa- puruuden yhteinen määrittely, aiheen käsittely ja identiteetin kehittäminen katkea tässä kohtaa.

Tämä opinnäytetyö on ollut aiheensa puolesta sekä innostava että haastava. Haas- teita tässä opinnäytetyöprosessissa on ilmennyt sekä aiheen laajuuden että monitul- kintaisuuden myötä, ja olen prosessin aikana joutunut kirkastamaan ja rajaamaan myös itselleni moneen otteeseen, että mitä tässä työssä ollaankaan selvittämässä ja miksi tämä työ on tärkeä.

Haasteita loi myös Kalliolan settlementissä meneillään olleet suuret muutokset: tämän työn näkökulma kehittyi pitkin kevättä aina muuttuvien tilanteiden ja meneillään ole- vien kehittämisprojektien mukaan, jotta lopputulos vastaisi parhaalla mahdollisella tavalla tilaajan tarpeisiin. Muutosten keskellä työskentely ja vallitseva epävarmuus vaikutti myös työntekijöiden osallistumishalukkuuteen, mikä sisäisen selvityksen kan- nalta on kuitenkin olennaisen tärkeää.

Kaikesta huolimatta tämä opinnäytetyö on herättänyt aiheensa puolesta kiinnostusta myös Kalliolan sidosryhmien parissa, mikä osaltaan vahvistaa havaintoa aiheen ajankohtaisuudesta ja merkittävydestä. Tilaajan ja sidosryhmien osoittama kiinnos- tus ja kannustus on onnistunut lisäämään myös omaa innostustani naapuruuden edistämiseen ja aiheen syvempään tarkasteluun. Uusia näkökulmia aiheeseen nou- sikin useita tämän koko prosessin aikana, mutta pyrin pitäytymään tekemässäni ra- jauksessa ja jättää muut näkökulmat tämän työn ulkopuolelle.

Tämän työn onnistuneisuuden ja kehitysehdotusten käytettävyyden kannalta olisi mielenkiintoista tarkastella myöhemmin, että miten Kalliolan brändi on kehittynyt, ja minkälainen vaikutus sillä on ollut organisaation tunnettuuteen; onko ihmisillä yhtenäinen kuva Kalliolasta ja yhdistetäänkö Kalliola ihmisten mielikuvissa naapuruuteen? Vielä pidemmällä aikavälillä olisi ehkä mahdollista tutkia, että minkälaisia vaikutuksia uudelleenprofiloitumisella on ollut organisaation vaikuttavuuden kannalta, ja miten se on vaikuttanut esimerkiksi Kalliolan verkostojen kehittymiseen.

Ehkä merkityksellisimpänä oivalluksena tästä koko prosessista nousi se, että identiteetin kirkastaminen ja kehittäminen saattavat tulla ajankohtaiseksi missä kohtaa järjestön elinkaarta tahansa. Identiteetin selvittelyä ei kannata pelästyä tai ainakaan vältellä, vaan se tulisi nähdä mahdollisuutena kehittää yhdessä jotain aivan uutta, rohkeaa ja innostavaa. Kalliolassa tämä tarve havaittiin lähes sadan toimintavuoden jälkeen. Toivon, että tämä työ toimii kannustavana esimerkkinä järjestöille ja yhteisöille, joilla identiteetin etsiminen on edessä.

LÄHTEET

- Alanko, Leena 2017. Mitä on yhteisöllinen asuminen? Demos Helsinki 3.7.2017. Viitattu 16.4.2018. <https://www.demoshelsinki.fi/2017/07/03/mita-yhteisollinen-asuminen/>
- Forrest, Ray & Kearns, Ade 2001. Social Cohesion, Social Capital and the Neighbourhood. *Urban Studies* (38) 12/2001, 2125–2143. Viitattu 17.4.2018. https://www.researchgate.net/profile/Ray_Forrest/publication/46214297_Social_Cohesion_Social_Capital_and_the_Neighbourhood/links/56a185bf08ae2afab882a9bb/Social-Cohesion-Social-Capital-and-the-Neighbourhood.pdf
- Hackman, Seija 2018. Oliko ennen kaikki kaupungissa paremmin? Nimbyily ja jimbyily nostavat päätään Lappeenrannassakin — On normaalia reagoida vahvasti, kun ympäristö muuttuu. Etelä-Saimaa 3.3.2018. Viitattu 21.4.2018. <https://esaimaa.fi/uutiset/lahella/e08cff11-b815-425f-a4d7-67594f8d4c37>
- Hanifi, Riitta 2016. Pääkaupunkiseutulaisten yksinäistynyt ajankäyttö. Teoksessa Jenni Väliniemi-Laurson & Pekka Borg & Vesa Keskinen (toim.) *Yksin kaupungissa*. Helsingin kaupungin tietokeskuksen julkaisuja, 125–130. Viitattu 24.4.2018. https://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/16_04_25_yksin_kaupungissa_vali_niemilaurson_borg_keskinen.pdf
- Harju, Aaro & Ruuskanen-Himma, Eila 2016. Onnistu muutoksessa. Järjestöjohtajan ja kehittäjän käsikirja. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.
- Haverinen, Risto & Kouvo, Antti 2011. Milloin naapurin asiat kuuluvat sinulle? Naapurihäiriöihin puuttuminen ja niihin mukautuminen. *Yhdyskuntasuunnittelu* (49) 2/2011, 8-27. Viitattu 16.4.2018. http://www.yss.fi/yks2011-2_haverinenyms.pdf
- Helsingin kaupunginkanslia 2017. Kaupunginosien Facebook-ryhmät ovat laajentaneet helsinkiläisten sosiaalisia verkostoja. Viitattu 21.4.2018. <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunginkanslia/kaupunginosien-facebook-ryhmat-ovat-laajentaneet-helsinkilaisten-sosiaalisia-verkostoja?pd=v>
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Hirvonen, Jukka 2013. Suomalaisen naapuruuden piirteitä asukaskyselyn valossa. Tutkimusraportti. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 4/2013. Viitattu 16.4.2018. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/8964/isbn9789526050935.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hoikkala, Minna & Westman, Riikka 2001. Naapurisuhteet suomalaisissa kaupungeissa. Teoksessa Juha Kääriäinen ja Jarmo Lehtinen (toim.) *Sosiaaliset suhteet suomalaisessa kaupunkiympäristössä*. Asukasbarometri 1998 aineiston perusteella. Suomen ympäristö 461. Ympäristöministeriön julkaisuja. Helsinki: Edita, 45-64.
- Holmila, Marja 2001. Kylä kaupungistuvassa yhteiskunnassa. Yhteisöelämän muutos ja jatkuvuus. Suomen Kirjallisuuden Seura. Suomen Kirjallisuuden Seuran Toimiuksia 850.

- Hyvönen, Irma 2016. Osallistamisen tulos: sitoutumista, vastuunottamista ja jopa innostumista. Mutta miten? Agenssi Oy. Viitattu 27.4.2018.
<http://www.agenssi.fi/artikkeli/osallistamisen-tulos-sitoutumista-vastuunottamista-ja-jopa-innostumista-mutta-miten/>
- Hyyppä, Markku T. 2004. Edistääkö talkoohenki terveyttä? Sosiaalisen pääoman vaikutus terveyteen. Duodecim (120) 19/2004, 2315—2320. Viitattu 16.4.2018.
<http://www.duodecimlehti.fi/lehti/2004/19/duo94544>
- Ilmarinen 2017. Asuminen ja yhteisöllisyys –tutkimus. Viitattu 16.4.2018.
https://www.ilmarinen.fi/siteassets/uutishuoneen-liitteet-ja-lohkot/2017/iareena2017_asuminenjayhteisollisyys_ilmarinen.pdf
- Isohookana, Heli 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: Alma Talent.
- Järg-Tärno, Regina (toim.) 2014. Naapuriapu Suomessa. Asukkaiden mahdollisuudet osallistua oman asuinalueensa turvallisuutta ja viihtyisyyttä lisäävään työhön. Naapuriapu-työryhmän tausta-aineisto rikoksantorjuntaneuvostolle. Viitattu: 28.12.2017. <http://rikoksantorjunta.fi/documents/5235988/5514049/Naapuriapu-työryhmän+tausta-aineisto/7249ad27-67af-43e1-830c-c307e196140d>
- Kallio-ryhmä 2018. Facebook-yhteisöpalvelu. Viitattu 14.4.2018.
<https://www.facebook.com/groups/4798813191/>
- Kalliolan setlementti 2016. Tiedote ”Kalliolan setlementille uusi toiminnanjohtaja”. Viitattu 22.4.2018. <https://www.kalliola.fi/kalliolan-setlementille-uusi-toiminnanjohtaja/>
- Kalliolan setlementti 2017a. Naapuruus on mielentila. Setlementti 100 -juhlavuoden kampanjasuunnitelma.
- Kalliolan setlementti 2017b. Toimintasuunnitelma 2018.
- Kalliolan setlementti 2017c. Tulevaisuuden Kalliola -strategia 2017–2021.
- Kalliolan setlementti 2018. Tietoa Kalliolasta. Viitattu 22.4.2018.
<https://www.kalliola.fi/tietoa-kalliolasta/>
- Karjalainen, Mari & Nevasalmi, Kaisu 2016. Facebookin paikallisryhmien suosio räjähti. Radio Suomi Kuopio 13.10.2016. Viitattu 16.4.2018. <https://areena.yle.fi/1-3763965>
- Keskinen, Vesa 2016. Yksinäisyys ja talousongelmat nuorten arjen ongelmana Helsingissä. Teoksessa Jenni Väliniemi-Laurson & Pekka Borg & Vesa Keskinen (toim.) Yksin kaupungissa. Helsingin kaupungin tietokeskuksen julkaisuja, 72-83. Viitattu 24.4.2018.
https://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/16_04_25_yksin_kaupungissa_vali_niemilaurson_borg_keskinen.pdf
- Koneen säätiö 2016. Suomen muuttuvat naapuruudet -ohjelma. Viitattu 15.4.2018.
<https://koneensaatio.fi/suomen-muuttuvat-naapuruudet/>
- Koneen säätiö 2017. Naapuridialogit. Viitattu 29.4.2018.
<https://koneensaatio.fi/naapuridialogit/>

- Korkiamäki, Riikka & Nylund, Marianne & Raitakari, Suvi & Roivainen, Irene 2008. Yhteisösosiaalityö kansalaisyhteiskunnan ja asiakastyön rajapinnassa. Teoksessa Irene Roivainen & Marianne Nylund & Riikka Korkiamäki & Suvi Raitakari (toim.) Yhteisöt ja sosiaalityö. Kansalaisen vai asiakkaan asialla? Jyväskylä: PS-kustannus. Viitattu 24.4.2018.
https://www.sosiaaliantietopalvelu.fi/lisamateriaalit/yhteisot_ja_sostyo_esipuhe.pdf
- Kosonen, Laura 2018. Elokuvaohjaaja Markku Pölönen: "Meillä on täällä oma #mietuun ja se toimii hyvin". Yle Uutiset 27.3.2018. Viitattu 7.4.2018.
<https://yle.fi/uutiset/3-10134952>
- Kotimaisten kielten keskus 2017. Kielitoimiston sanakirja. Viitattu 15.4.2018.
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?SearchWord=naapuruus&dic=1&page=results&UI=fi80&Opt=1>
- Lindfors, Pirjo 2007. Tutkimuksia, kokemuksia ja ajatuksia yhteisöllisyyden terveysvaikutuksista. Psykoterapia (25) 1/2007, 21–37. Viitattu 17.4.2018.
<http://www.psykoterapia-lehti.fi/tekstit/lindfors107.htm>
- Markkanen, Tuula-Riitta 1999. Yrityksen identiteetin johtaminen. Tulkintaa, viestintää ja sitoutumista. Porvoo. WSOY.
- Masalin, Leena 2010. Strategiaan sitoudutaan osallistumalla. Teoksessa Anneli Valpola & Hasse Kvist & Jussi Heimonen & Kenny Niutanen & Lea Lillkäll & Leena Masalin & Riitta Kalin. Strategia toimeksi. Muutosvoimana ihmiset, 83-103.
- Mulari, Heta 2015. Kohtaamisia byrokratian ohi. Setlementti-lehti 2/2015, 5-6.
- Niskanen, Anne-maria 2013. Kylät ja kaupunginosat ryhmäytyvät nyt Facebookissa. Yle Uutiset 18.9.2013. Viitattu 2.5.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-6835798>
- Osváth, Johanna 2017. Yhteisöllinen asuminen: trendi, joka on tullut jäädäkseen. SATOn asiakasmedia Kotona 25.10.2017. Viitattu 16.4.2018.
<http://www.kotona.fi/kotikulmat/yhteisollinen-asuminen-trendi-joka-on-tullut-jaadakseen>
- Peltola, Jarmo 2009. Yksilö, yhteisö ja yhteiskunta. Kalliolan setlementti 1919-2009. Kalliolan setlementin julkaisuja 3.
- Pohjola, Juha 2003. Ilme: visuaalisen identiteetin johtaminen. Jyväskylä: Gummerus
- Sihvola, Suvituuli 2008. Ei meidän teollisuusalueellemme! Asunnottomien miesten asuntolan vastustus paikallisidentiteetin tiivistymisenä. Teoksessa Timo Kopomaa & Lasse Peltonen & Tapio Litmanen (toim.) Ei meidän pihallemme! Paikalliset kiisat tilasta. Helsinki: Gaudeamus, 28-55.
- Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra 2018. Yhteisöllisyys ruokkii uusia toimintatapoja. Viitattu 17.4.2018. <https://www.sitra.fi/aiheet/yhteisollisyys/#mista-on-kyse>
- Suomen Mielenterveysseura 2018. Yksin asuminen ja yksinäisyys yleisiä ikääntyessä. Viitattu 1.5.2018.
<https://www.mielenterveysseura.fi/fi/mielenterveys/ihmissuhteet/yksin-asuminen-ja-yksin%C3%A4isyys-yleisi%C3%A4-ik%C3%A4%C3%A4ntyess%C3%A4>
- Suomen Setlementtiliitto 2018. Historia. Viitattu 23.4.2018.
<https://www.setlementti.fi/setlementtiliitto/setlementtiliitto/historia/>

- Suomen Setlementtiliitto, Uusi paikallisuus -hanke 2015. World Café. Opas deliberatiivisen World Cafén järjestämiseen. Setlementtijulkaisuja 36. Viitattu 1.5.2018.
https://setlementti-fi-bin.directo.fi/@Bin/816e6f0f6484794de8736c81e33721fd/1525176873/application/pdf/1045553/worldcafe_WEB2%20%28003%29.pdf
- The Young Foundation 2010. Neighbouring in contemporary Britain. Thinkpiece for the Joseph Rowntree Foundation Housing and Neighbourhoods Committee. Viitattu 18.4.2018. https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2013/06/Neighbouring_in_contemporary_Britain.pdf
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkaus-epäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2012. Viitattu 28.4.2018. http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf
- Vilkka, Hanna 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus.
- World Values Survey 2005. Viitattu 21.4.2018.
<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>
- Yhteismaa ry 2018. Nappi Naapuri. Info. Viitattu 14.4.2018.
<https://nappinaapuri.fi/info>

LIITTEET

Liite 1. Kyselyn saateviesti

Otsikko	VASTAA NAAPURUUSKYSELYYN 24.1. MENNESSÄ
Ingressi	Naapuruuden-käsite on ollut läsnä setlementtityössä koko sadan vuoden matkan ajan. Mutta mitä se tarkoittaa? Naapuruus? Hyvä naapuruus?
Teksti	<p>Hyvä Kalliolan setlementin työntekijä</p> <p>Tänä vuonna vietämme Setlementti 100 -syntymäpäivää. Setlementti oli ajankohtainen vuonna 1918 ja setlementti on ajankohtainen myös vuonna 2018. Naapuruuden-käsite on ollut läsnä setlementtityössä koko matkan ajan. Mutta mitä se tarkoittaa? Naapuruus? Hyvä naapuruus?</p> <p>Yhteisöpedagogiopiskelija Heidi Saarinen on tehnyt kyselyn, jossa selvitetään Kalliolan setlementin työntekijöiden ajatuksia naapuruudesta ja Kalliolan sisäisestä setlementtihengestä. Kysely on osa Humakin opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on määritellä naapuruuden käsite uudelleen ja juurruttaa se näkyväksi osaksi Kalliolan setlementtiä ja päivittäistä työtämme.</p> <p>Tässä linkki kyselyyn: https://www.webpolsurveys.com/S/EB8A095F1471319D.par</p> <p>Kysely on anonymi ja siihen vastaaminen vie n. 5–10 minuuttia riippuen vastausten laajuudesta. Kyselyn vastausaika on 9.–24.1.2018. Toivomme, että mahdollisimman moni teistä käy kyselyyn vastaamassa, sillä tämä tukee myös meidän työtämme! Kysely pohjustaa Naapuruus on mielentila -kampanjaamme, joka lanseerataan nyt keväällä osana suomalaisen setlementtityön 100-vuosijuhlaa.</p> <p>Jos linkki ei jostain syystä toimi tai teillä herää jotain kysymyksiä liittyen kyselyyn tai opinnäytetyöhön, voitte olla suoraan yhteydessä Heidiin sähköpostitse heidi.saarinen@kalliola.fi tai puhelimitse 040 8238989.</p> <p>Hyvää juhlovuotta toivottaen,</p> <p>Heidi Nygren Saarinen</p> <p>Heidi</p>

Liite 2. Verkkokyselylomake 1(5)

ROHKEASTI IHMISELTÄ IHMISELLE

Naapuruus on mielentila - kysely Kalliolan settlementin työntekijöille

Tässä kyselyssä selvitetään Kalliolan settlementin työntekijöiden ajatuksia ja kokemuksia naapuruudesta ja sen määritelmästä sekä naapuruuden edistämisestä osana oman työn arkea. Kyselyn toisessa osiossa selvitetään mitä settlementtihenki mielestänne tarkoittaa, miten se toteutuu Kalliolan settlementissä ja miten sitä voisi edistää koko organisaation sisällä.

Tämän kyselyn tulokset toimivat yhdessä haastattelumateriaalin kanssa pohjana uudenlaisen naapuruus-käsitteen määritelmälle sekä työkaluna toimintamme kehittämiseen. Kysely on osa yhteisöpedagogiopiskelija Heidi Saarisen opinnäytetyötä ja vastaukset tullaan käsittelemään anonyymisti.

Vastaamalla kyselyyn vaikutat Kalliolan settlementin tulevaisuuteen naapuruuden välittäjänä.

Kysely alkaa seuraavalta sivulta.

(Sivu 1 / 5)

Teksti suurempana:

Naapuruus on mielentila - kysely Kalliolan settlementin työntekijöille

Tässä kyselyssä selvitetään Kalliolan settlementin työntekijöiden ajatuksia ja kokemuksia naapuruudesta ja sen määritelmästä sekä naapuruuden edistämisestä osana oman työn arkea. Kyselyn toisessa osiossa selvitetään mitä settlementtihenki mielestänne tarkoittaa, miten se toteutuu Kalliolan settlementissä ja miten sitä voisi edistää koko organisaation sisällä.

Tämän kyselyn tulokset toimivat yhdessä haastattelumateriaalin kanssa pohjana uudenlaisen naapuruus-käsitteen määritelmälle sekä työkaluna toimintamme kehittämiseen. Kysely on osa yhteisöpedagogiopiskelija Heidi Saarisen opinnäytetyötä ja vastaukset tullaan käsittelemään anonyymisti.

Vastaamalla kyselyyn vaikutat Kalliolan settlementin tulevaisuuteen naapuruuden välittäjänä.

Kysely alkaa seuraavalta sivulta.

Liite 2. Verkkokyselylomake 2(5)

Perustiedot

1. Yksikkö

Kalliolan setlementti ry.

- ☐ Hallinto
☐ Setlementti- ja järjestötyö

Kalliola Oy

- ☐ Lasten, nuorten ja perheiden palvelut
☐ Päihde-, mielenterveys- ja asumispalvelut
☐ Kotoutumis-, työllisyys-, terveys- ja senioripalvelut

2. Ikä

Ilmoita ikäsi vuosina

3. Sukupuoli

- ☐ Nainen
☐ Mies
☐ Muu
☐ En halua sanoa

4. Työvuodet Kalliolan setlementissä

Alle 2 ▾
Alle 2
2-5
5-8
8-12
Yli 12

<-- Edellinen

Seuraava -->

(Sivu 2 / 5)

Liite 2. Verkkokyselylomake 3(5)

Naapuruus**5. Mitä naapuruus mielestäsi tarkoittaa?**

Esimerkiksi rakennetussa ympäristössä, sosiaalisissa suhteissa, asenteissa. Kuvaile omin sanoin.

6. Mitä naapuruus sinulle merkitsee?**7. Miten naapuruutta voisi mielestäsi edistää...**

...omassa arjessa?

...omassa työtehtävässäsi?

8. Jos Kalliolan settlementissä tehtäisiin Kalliolan työyhteisön yhteinen naapuruusjulistus, miten naapuruus siinä voitaisiin määritellä?

Naapuruusjulistus olisi tarkoitettu Kalliolan työntekijöille avuksi hyvän naapuruuden edistämiseen omassa työssä ja työyhteisössä, ns. ohjenuora. Kirjoita vastauksesi yhteen virkkeeseen tiivistettynä, esim. Naapuruutta on... edistän naapuruutta... sitoudun...

Liite 2. Verkkokyselylomake 4(5)

Kalliolan sisäinen setlementtihenki**9. Mikä on Kalliolan setlementin päätehtävä?**

Mitä erityistä Kalliolan setlementillä on tarjota? Minkä vuoksi Kalliolan setlementti on olemassa? Kerro oma näkemyksesi.

10. Mitä setlementtihenki mielestäsi on?**11. Miten setlementtihenki mielestäsi näkyy Kalliolan setlementissä?****12. Miten setlementtihenkeä voisi parantaa koko organisaation sisällä?**

Liite 2. Verkkokyselylomake 5(5)

ROHKEASTI IHMISELTÄ IHMISELLE

Naapuruus on mielentila - kysely Kalliolan setlementin työntekijöille

Palaute

13. Voit halutessasi jättää palautetta tästä kyselystä.

Keskeytä

<-- Edellinen

Lähetä

(Sivu 5 / 5)

Liite 3. Haastattelurunko

1(2)

Haastattelurunko

Naapuruus on mielentila

Keskustellaan naapuruudesta, sen määritelmistä, merkityksistä, vaikutuksista sekä miten se koskettaa Kalliolan setlementtiä, miten näkyy tässä organisaatiouudistuksessa ja teidän tekemässä setlementityössä.

Taustatiedot

- Kuka olet
- Mitä teet Kalliolan setlementissä
- Kuinka pitkään olet tiennyt Kalliolan setlementin olemassaolosta? Milloin kuulit tästä paikasta ensimmäisen kerran?

Naapuruuden määritelmä

Naapurustonhan koetaan yleisesti rajoittuvan siihen omaan asuinympäristöön tai -taloyhtiöön, ja naapuri on yleisesti ymmärrettynä joku, joka on/asuu lähellä tai vieressä. Naapuruus taas on enemmänkin abstrakti asia, jotain mitä tunnetaan ja koetaan.

- Onko nämä määritelmät sinun mielestä edelleen paikkansa pitäviä / vastaako ne sinun käsitystä?
- Miten sinä kuvailisit naapuruutta; mitä kaikkea se sinun mielestä on?
- Tuleeko sinulle mieleen jotain synonyymejä naapuruudelle?
- Mitä naapuruus sinulle merkitsee? (Onko sillä iso merkitys sinun elämälle vai vaan pakollinen paha)
- Miten sinä edistäisit hyvää naapuruutta omassa arjessa?
- Onko sitten jotain täysin väärää tapoja yrittää parantaa naapurihenkeä; mitä ei ainakaan kannata tehdä?

Yksinäisyys ja "naapuritaidot"

- Jokainen meistä on jonkun naapuri. Erilaisia naapureita siis on yhtä paljon kuin on ihmisiä.
 - Minkälainen on sinun mielestäsi hyvä naapuri?
- Mitä hyötyä sinä koet naapuruudesta ja sen edistämisestä olevan? Mihin sillä voi vaikuttaa?
- Voiko hyväksi naapuriksi oppia? Onko olemassa jotain yleisiä "naapuritaitoja"?
- Onko näiden naapuritaitojen lisääminen ratkaisu yksinäisyyden vähentämiseen?
- Miten tällainen yksinäinen (introvertti) ihminen voisi itse vaikuttaa tilanteeseensa? ("Ei kukaan tuu kotoa hakemaan", korkea kynnyks osallistua tapahtumiin, ei tiedä mistä löytää seuraa)

Liite 3. Haastattelurunko 2(2)

Naapuruus omassa työssä

- Koetko sinä, että sinun työtehtävissä näkyy naapuruuden edistäminen jollain tavalla tällä hetkellä?
- Miten sitä hyvää naapuruutta voisi vielä enemmän edistää sinun työtehtävissä?
- Viimeksi visioit tällaisen naapuruusjulistuksen Kalliolan setlementille, joten nyt haluaisinkin kuulla, että minkälaisen ohjenuoran tai neuvon sinä antaisit kalliolalaisille siihen, miten he voivat naapuruutta edistää omissa työtehtävissään?

Setlementtihenki

- Kun puhutaan setlementtityöstä täällä, niin mitä se käytännössä tarkoittaa?
- Mikä on Kalliolan setlementin päätehtävä / miksi tämä paikka on olemassa?
- Miten sinä kuvailisit setlementtihenkeä? Mitä se pitää sisällään tai mitä siihen ei ainakaan kuulu?
- Sekoittuuko täällä nyt kaksi eri asiaa, eri tietynlainen naapuruushenki ja setlementtihenki? Onko niissä jotain eroa, vai käytetäänkö niitä jatkossa synonyymeinä toisilleen. Sekoittaako nämä eri termit ihmisiä?
- Koetko sinä, että Kalliolan setlementin sisällä on vahva setlementtihenki? Onko se aistittavissa ihan koko organisaation laajuisesti, vai esiintyykö se enemmänkin eri yksiköiden sisällä?
- Jos sinä mietit Kalliolan setlementtiä kokonaisuutena. Edustaako Kalliolan setlementti sinun mielestä naapuruutta?
- Sinä myös kuvailit tuossa aiemmin hyvän naapurin ominaisuuksia, onko Kalliola tai tämä setlementtitalo ollut mielestäsi hyvä naapuri, vai voisiko tämän paikan "naapuruustaitoja" vielä parantaa?
- Miten setlementtihenkeä voisi paremmin luoda ja ylläpitää?

Organisaatiouudistus

- Mistä juuri naapuruus nousi tällaiseksi keskeiseksi teemaksi?
- Miten naapuruus-teeman on suunniteltu näkyvän tässä uudessa organisaatiomallissa?
- Onko naapuruus sellainen asia, joka nousee esille esimerkiksi suunnittelupalavereissa, uusien työntekijöiden perehdytyksessä?
- Jos miettii vaikka organisaation arvoja, nehan ovat usein enemmänkin kauniita sanoja, kuten "naapuruus", mutta näkyykö se konkreettisesti? Aiotteko te olla näyttämässä esimerkkiä muille siitä, miten naapuruutta voi tukea ja tarjota, aiotteko te puhua naapuruushengen puolesta? Mihin tästä on suunta?